

kate spade情人节创意营销项目

- ◆ 广告主: kate spade
- ◆ 所属行业: 服饰包包
- ◆ 执行时间: 2019.05、2019.08 (520 /七夕期间)
- ◆ 参选类别: 内容营销类

背景

- kate spade new york——全球时尚及生活方式品牌，拥有手袋，服装，首饰，鞋履，配饰和居家装饰等多个产品系列。
- **kate spade首次在中国开始尝试电商业务。**并在我司推进下，携手小红书电商平台达成深度合作，开展以“unlock your heart”概念为延续的营销活动，开启在中国市场红人社交营销的尝试。

目标

- 制造话题热点，引发大众关注
- 借势节日营销（520&七夕），实现品牌传播
- 借力红人营销，实现内容种草、拓客引流、销售转化

挑战

- 轻奢品牌竞争激烈，消费群体年轻化，消费者对新鲜感和品质的追求不断提高
- 因此此次推广，我们锁定小红书内的年轻女性群体，借势520/七夕送礼高峰，集中造势，打造爆款，将katespade解锁真心产品，推向情人节送礼季的高潮

目标人群洞察

核心宣传策略

品牌传播亮点

消费客群年轻化，90后为主力消费人群

锁定**年轻女性群体**，借势年轻人喜爱的浪漫节日，定制专属限定产品，激起年轻用户的节日狂欢，将品牌热度推上高潮

精准定位人群，**借势节日营销**，打响品牌传播战

爆款效应更能唤醒用户对品牌的关注

在520/七夕期间，锁定内容电商平台小红书作为限定首发平台，**集中火力，批量爆发，打造爆款**，短时间内激活用户心智，加深受众对品牌新品的进一步探讨与认知，同时通过爆品，带动品牌其他产品的销量

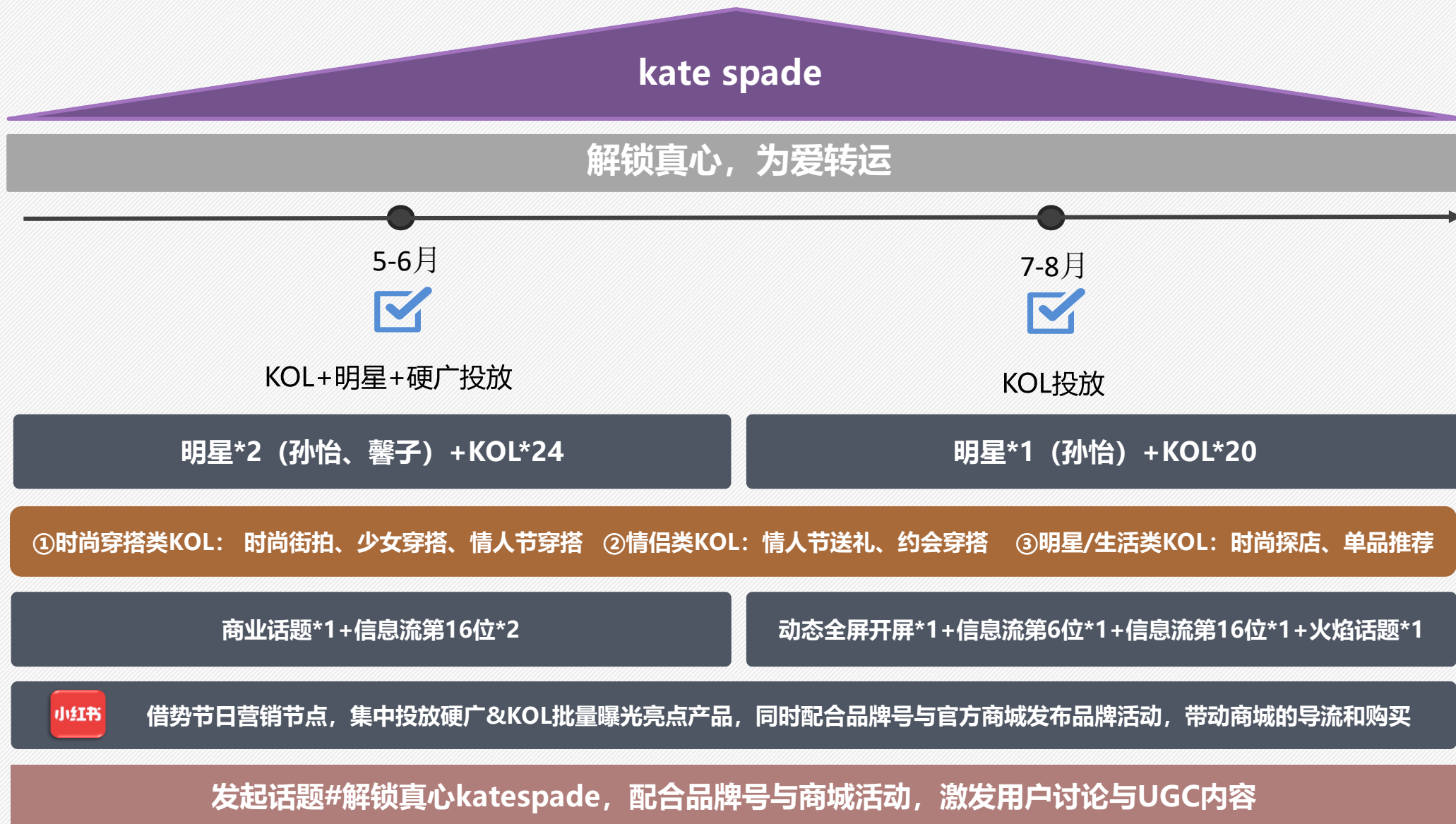
集中火力，打造爆款

红人/明星引领奢侈品营销风潮

定制时尚街拍风，巧妙实现品牌植入。**代言人（孙怡）+明星（馨子）+时尚KOL+硬广+电商的超全campaign**，快速驱动用户关注，有效触达高价值用户，同时通过精细化内容的输出，引领时尚、穿搭、模仿的风潮

明星热度驱动关注，**红人引领风潮**





5-6月

7-8月

✓ 明星笔记

✓ 用户反馈

✓ KOL笔记

✓ 用户反馈

✓ 明星笔记

✓ 用户反馈

✓ KOL笔记

✓ 用户反馈

内容方向：单品推荐

内容方向：情人节送礼

内容方向：单品推荐

内容方向：时尚穿搭



请点击观看视频链接：
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5cd9515300000000d02c8b9?xhsshare=CopyLink&appuid=541bea2ab4c4d678c05b0878&apptime=1570791179>

请点击观看笔记链接：
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5cda787b00000000f02d18f?xhsshare=CopyLink&appuid=541bea2ab4c4d678c05b0878&apptime=1570791511>

请点击观看视频链接：
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5d383c0b0000000270270fa?xhsshare=CopyLink&appuid=541bea2ab4c4d678c05b0878&apptime=1570790964>

请点击观看笔记链接：
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5d2c6adf00000028016dc8?xhsshare=CopyLink&appuid=59e5bd2ce8ac2b202d752533&apptime=1563194381>

传播效果

✓ 通过红人传播，共收获曝光**2694.9**万次，阅读数**136.3**万次，互动数**6.5**万次

✓ 借势520和七夕2个营销节点，通过明星效应与红人IP快速传播，打造情人节爆款产品。

- 搜索品牌名“katespade”，投放期间“katespade桃心（主推产品）”的**搜索排名稳居第1**，为小红书用户搜索次数最多的品牌产品
- 搜索品牌名“katespade”，投放期间“katespade手镯（同系列产品）”**搜索排名稳居第3**，赶超之前的热门搜索词“katespade钱包”“katespade托特包”



✓ 通过#解锁真心kate spade#品牌话题，聚合笔记**178**篇，带动UGC自然增长**127**篇，并收获**270.4**万的用户浏览

✓ 品牌官方账号在投放期间，产出笔记4篇，收获粉丝增长**4134**人

✓ 通过社区投放，七夕期间，katespade（新开）店铺，收获访客数**33,247**人，吸引用户点击浏览**47,120**次，作为千元客单价的轻奢单品，产品首次推出便在小红书内**售罄率高达50%以上**，店铺转化效果好，客单价提升明显