

老板电器从竞争中突围，小贝果新品大卖

- **品牌名称：**老板电器
- **所属行业：**家电
- **执行时间：**2024.11.16-12.12
- **参选类别：**种草营销类

背景与挑战

品牌背景

微蒸烤新品D1上市，亟需建立用户心智，借助小红书平台进行产品种草，激发受众购买意向



行业背景

主要挑战：种草平台上凯度搜索等占据用户心智TOP，老板电器需要进行内容布局进行突围



品牌传播目标



研究洞察

基于人群、品类的沟通要点，竞品的布局情况，厘定内容种草方向



人群洞察

✓ 目标人群生活及消费态度有什么需要特别关注的？

- 目标人群洞察：摩登青年工作忙碌，重视生活效率，消费也较为理智，摩登青年生活场景更为多元，如一人食/职场/旅行/聚会等聚焦多场景下的烹饪，以及烹饪带来的幸福&健康，能够更好地引发共鸣

核心人群
摩登青年

- 画像：25-34岁；一线/新一线城市
- 沟通要点：评测对比
- 兴趣关键词：美食、旅行、工作、休闲

辐射人群
体面中产

- 画像：35-55岁；一线/新一线/二线城市
- 沟通要点：突出产品品质价比方面的优势
- 兴趣关键词：山姆会员店、带娃、亲子

- 辐射人群洞察：体面中产烹饪需求丰富，关注产品品质感及实用性能，适当加入教程和育儿餐食更容易吸引用户，可拓展母婴类人群沟通



品类洞察

✓ 品类蒸烤一体机及微蒸烤一体机有什么需重点关注？



- 品类洞察：在蒸烤一体机品类，老板电器虽有一定优势但仍面临激烈竞争种草需通过对比评测体现产品优势，强化品牌认知



竞品洞察

✓ 核心竞品投放洞察有什么可以借鉴的点？



攻 打赢竞品

卖点

一组明确的、有竞争力的卖点

老板小贝果D1微蒸烤一体机的核心卖点是内容种草的前提及基础

昵称

一个好记的，高关联度的昵称

昵称小贝果与产品有着不同层级的关联

idea

一个定制的种草传播主题

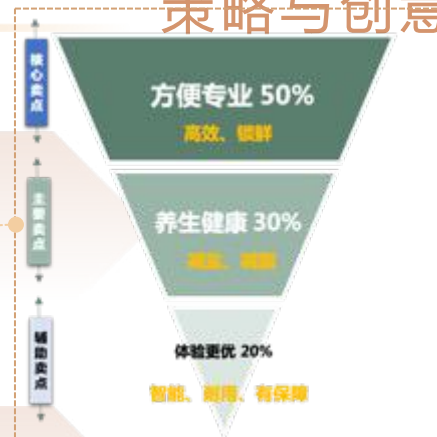
是与消费者沟通的底层概念，易于理解，形成共鸣，激发行动

打法

一套一以贯之的策略打法

老板小贝果D1微蒸烤一体机想要在竞争中突围，要有方式方法

策略与创意



小贝果

多元关联：

- 形态关联：星溢环形似
- 利益点关联：减脂健康、烘焙烘焙音
- 资产沉淀：后续系列产品可延续
- 产品关联：烹饪小贝果流程简化

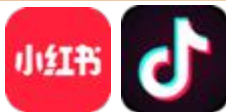
以更直给、更直观的方式

高效、锁鲜、健康等

核心idea：专业微波助蒸烤 高效锁鲜更健康

三大重点落地战术，助力老板电器在蒸烤品类全面打赢凯度

策略战术



新品上市阶段

种草、引流

- 摇摆人群增量催化
- 扩大竞争掠夺优势

实力赢



蒸烤行业领导者

多维度背书树立老板电器
蒸烤行业领导者的专业形象

内容赢



高效沟通赋能传播

除评测突出专业背书外
常规种草内容亦要有的放矢

打法赢



多人群圈层触达

本品及竞品人群精准触达
实现摇摆人群的高效转化

种草价值

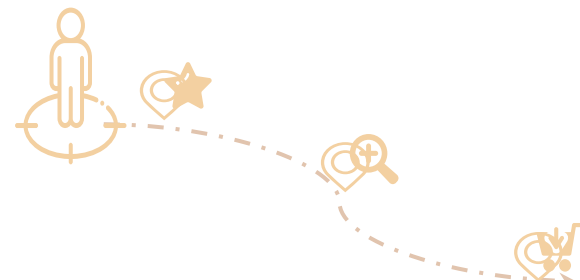
新客价值

双11电商大促

种草、转化

- 优质人货场时匹配
- 全力冲刺目标增长

- SPU
- 笔记
- KOL



品牌互动兴趣人群追踪转化



差异化突围

Step1/多维度背书及产品优胜点渲染，树立老板电器是蒸烤行业制造者的品牌形象

品牌力赢 销量、荣誉、行业

品牌背书 用行业深耕历史赢凯度

- 连续45年深耕厨电领域
- 16年蒸烤研究（凯度是13年）

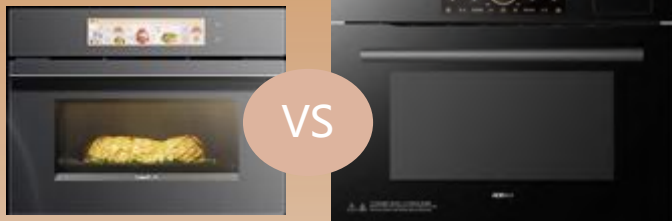


奖项背书 用行业荣誉赢凯度



产品力赢 “蒸和烤”

在蒸与烤的核心功能上，显著优于竞品，通过核心功能对比消费者可直观感知



凯度ZRpro

老板电器小贝果

与核心竞品相比，在蒸的赛道上
新一代变频大蒸汽及特色水汽分离技术，温域更广，功率最高，使得鲜蒸更快，减少积水

与核心竞品相比，在烤的赛道上
上下后全面烤管，风机转速比核心竞品高，可以在更短的时间内达到更高温度
多层烘焙上色更均匀、肉类海鲜烘焙省时省力

体验赢 使用及售后

在体验和售后方面，小贝果使用体验更优，售后服务更优保障

凯度ZRpro

售后服务

- 5年质保，可提交维修申请，但具体以厂家服务为准

使用体验

- 可播放视频11.26寸彩屏+APP操控
- 防火棉/玻璃纤维棉
- 一键速热烘干
- 无安全门锁

老板电器小贝果

售后服务

- 3w+线下门店；5k+服务网点；5年免费质保；免费上门设计；免费送货安装；免费橱柜改造；免费拆旧机，免费远程服务

使用体验

- 9英寸彩膜 星谧环+APP操控+预约+个性菜谱定制
- 环保超级棉+铝箔布
- 水汽分离底部少积水+干燥
- 蒸：1分钟落锁；烤：开门暂停，3+2安全保护



Step1/多维度背书及产品优胜点渲染，树立老板电器是蒸烤行业制造者的品牌形象

专业微波助蒸烤 高效鲜蒸更健康			
传播目标	抢占微蒸烤一体机市场的用户心智		
目标人群	摩登青年为主，体面中产为辅		
核心痛点	时间精力有限，烹饪需要高效；身心压力较大，烹饪需要健康、高体验感		
传播策略	攻=差异化破圈		
	打法赢	实力赢	内容赢
传播平台	小红书&抖音FS	小红书&抖音达人	小红书&抖音达人
落地实施	精准触达 实现目标受众的高效转化 □ 精细人群+精准投流 □ 细分笔记内容，精准定位+灵活调整 □ 赛马测试等科学投放	专业测评 塑造蒸烤行业领导者的品牌形象 □ 品牌力：从销量、行业、荣誉等角度输出背书 □ 产品力：基于小贝果产品利益点，与核心竞品横向评测 □ 体验层面：在产品智能体验、真实耐用、售后服务等方面对比突出小贝果优势	常规种草 打造优质内容，实现心智占位 □ 平台热点绑定：借势平台热度，提升内容关注 □ 爆款经验借鉴：复制凯度在内容种草测的成功经验 □ 内容黄金公式：打磨种草传播内容，多维度提升内容质量 □ 除专业评测达人外，家居美食类达人拓展传播内容

Step2/小红书种草

从厨房好物推荐入手，突出产品核心卖点，落点生活小美好

小红书评测公式：

小红书

摩登青年+品质中产

品牌力：45年+销量第一

产品力除核心技术外，建议可适当突出健康辅助卖点

= 落点：厨房好物推荐+生活方式改变+生活小美好



抓眼球

微蒸烤一体机是2024年的热门家电，很多朋友想让我出一期关于蒸烤一体机的评测，今天就安排上...

引出品牌

老板电器连续45年深耕厨电领域，相较于其他品牌，老板电器在蒸上可以说是老牌行家了，几款产品相比，小贝果优势显著

1

2

3

4

今天的评测我们选择了品质派老板电器小贝果、方太G1.i 网红款凯度GR pro，以及之前风很大的美的GC5

不愧是奥维行业蒸烤一体机19年至今全渠道累计销额第一的品牌，确实可以给的生活带来不一样的体验，快快入手吧！

激发兴趣

心智催化

Step2/小红书种草

内容精细化运营，强化品牌专业能力&正面形象，提升传播效率

深化蒸烤心智

- 【以产品功能强特点，深化老板电器蒸烤专家心智】：种草内容强调第三代变频大蒸汽&特色水汽分离技术&360度环绕式烘烤，强调蒸烤专业性



树立品牌形象

- 【强调品牌售后&品牌态度】：从正文到评论区，强调品牌强大售后服务与专业态度，树立品牌积极正面形象，促进销售决策品牌偏向



直击使用痛点

- 【以解决痛点问题为切入角度】：综合小厨房收纳&空间有限、厨具闲置率较高、日常烹饪时间有限、烹饪需求多元化等痛点问题，用产品优势给出解决方案



烹饪多元多样

- 【实操多类型烹饪，演绎产品实际功能】：内容至少涵盖四道菜品，涵盖蒸、烤、炸或炖、微蒸或微烤。用实际烹饪过程&效果来讲解卖点，加强利益点说服力



四大方式打造小贝果D1微蒸烤一体机传播内容，助力提升种草效果

挖掘平台装修及热门话题
借势平台热点提升传播声量

- 【以产品功能强势点，深化老板电器蒸烤专家心智】：
种草内容强调第三代变频大蒸汽&特色水汽分离技术
&360度环绕式烘烤，强调蒸烤专业性

深入拆解竞品爆文 复制竞品成功经验

封面及标题符合达人风格



整体内容种草聚焦专业评测达人及
家居美食类达人

1. 达人筛选原则一：筛选种草量&种草率表现优异的达人，提升种草效率
2. 达人筛选原则二：优选内容创作能力强的达人，确保传播内容的质量

家居的测评和生活类目前都有兼顾「站内互动」「站外转化」的出色表现。

拉新能力强，种草需针对痛点问题，结合产品核心卖点提供解决方案



@家装室内设计师|言旭 (测评)

@Jadenccc (家装生活)

@fairy王十一 (家居生活)

Step3/抖音种草

以家装家居及美食达人为主，干货输出，进行厨房好物种草

- ✓ 装修风格：抖音上整体装修风格多样，无特定风格限制
- ✓ 内容主线：小贝果微蒸烤一体机既专业又实用，是值得购买的厨房好物

家居|家装|设计师

60%

- ✓ 差异化内容--装修实拍记录，安装了蒸烤一体机，不仅节省空间且更加省时、便捷

40%
美食类达人

- 猎奇类特殊食材制作、地方特色食材制作
- 热门美食、节令制作特别是中秋将近，建议包含大闸蟹、月饼等制作

- ✓ 差异化内容--
- ✓ 猎奇类更多的是地域特色食材，如南方的蒸、北方的烤全羊等
- ✓ 通过制作大闸蟹及花式月饼，体现小贝果的产品卖点优势

Step3/抖音种草
精细化定向人群投放，最大量获取A3种草人群

运营策略

投放动作

拉新

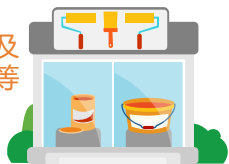
↓
蓄水

↓
种草

○
机会人群

定位机会人群

家装行业人群及
家电兴趣人群等
泛人群



A1-A2目标
了解，吸引

提升品牌/商品认知



A3目标
种草

深化品牌/商品种草

重点影响八大消费群体中的新
锐白领、资深中产人群



扩开口
品牌触达

大曝光/云图5A人群资产/
保量投放

强种草
商品种草

星图达人/内容加热
商品加热/内容热推

达人种草视频 + 云
图/种草通(合约)



短视频 (强种草)

- 行业热点+产品卖点
- 内容场景+人物带入



多形态组合
高效引流

Step4/广告投流引流更多潜客催化用户心智建立 精细人群+精准投流，强化产品心智，辐射电商生意增长



F 赛马测试，科学投放
优选消费者心动内容，放量投放

S 精准卡位，抢占赛道
搜推联动，精准覆盖不同场景消费者

基于投放目标，精细人群+精准投流+赛马优选



Feed投流策略

Search 搜索策略



关键字类别	关键字举例	沟通目标	执行动作
品牌/产品	老板蒸烤一体机 老板蒸烤炸一体机 老板微蒸烤炸一体机 ...	提高品牌曝光度 与品牌核心用户加强沟通	7*24H广告首位防守 防止被拦截
行业词	蒸烤一体机 微蒸烤炸一体机 烤蒸一体机推荐 ...	击穿行业人群 影响思想，转化核心群体	抢占行业用户心智， 抢占广告高位排名
竞品词	凯度微蒸烤一体机 方太蒸烤一体机 美的微蒸烤 ...	竞品拦截，强力种草帮助转化竞品人群	拦截高潜竞品用户， 抢占广告高位排名
场景词	烤箱推荐烘焙 蒸烤一体机蒸馒头 厨房装修 ...	最大化场景人群的品牌曝光	搜索意图引流，差异化场景内容，场景切入前置种草

Step5/全域链路数据监测，实时评估种草内容转化质量效率

小红书发布笔记，内容种草用户心智

全域追踪监测用户电商购物行为链路

电商平台广告投放，刺激催化用户购买



- 新客价值、种草价值
- 1 分阶段优化投放策略，踩准大促节奏
 - 2 大促转化导向，写对笔记内容
 - 3 拓人群拓词包，提升投流效率
- 反哺笔记 & 投流



项目成果

✓ 文章内容受欢迎

1

1,701

行业benchmark: 互动超1000为表现优

内容平均互动

✓ 内容种草效率高

2

1%

行业benchmark: 行业回搜率0.5%

回搜率

✓ 电商转化效果好

3

144%

ROI 目标KPI: 10

ROI完成度