

# 亿纯黄金百万打造计划

- **品牌名称:** 梦金园黄金珠宝集团股份有限公司
- **所属行业:** 服饰类
- **执行时间:** 2024.01.01-12.31
- **参选类别:** 种草营销类

# 结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<http://xhslink.com/a/dK0MSZxVrLM6>

## 各项指标的年度目标已经提前超额完成

4xxxx

笔记数量

年度目标完成度

147.33%

3.x亿

总曝光

年度目标完成度

243.61%

6xxx

总微信添加数

年度目标完成度

105.07%

3xxxxxx

总互动

年度目标完成度

139.88%

2xxxx

总私信人数

年度目标完成度

110.55%

2.xx

CPE

通过精准营销优质与内容，实现高效的传播效果



梦金园柜姐使用爆款模板《付款的时候》改写笔记  
连续多月达成多篇爆文，其中3篇曝光量大于1000万



笔记曝光量  
1817万



笔记曝光量  
1541万



笔记曝光量  
1127万

互动 > 10000爆文笔记**7篇**

互动 > 1000爆文笔记**99篇**

互动 > 50优质笔记**616篇**

私信加微7509人，直接销售596万，爆款单品「蝴蝶吊坠」销售额57.7万。通过私域流量运营

与精准营销，实现高效的转化效果

## 品牌背景&目标困境

**梦金园** | 中国高纯度  
精工金饰专家

梦金园是梦金园黄金珠宝集团旗下高端黄金首饰品牌，产品定位中高端年轻女性消费市场。

以高纯度和轻奢侈款式为主要特点，差异化服务为特色，品牌亮点在于全产业链自有黄金生产加工基地。

### 目标



梦金园作为黄金珠宝行业知名品牌，面临市场变革与竞争压力。亟需通过创新营销模式，提升品牌影响力与市场竞争力

如何在激烈的市场竞争中脱颖而出，吸引消费者关注。

如何降低种草成本，实现可持续的营销模式。

如何提升导购数字化运营能力，实现线上线下融合发展。

### 困境



TOP2  
「新中式」  
阅读渗透率

TOP2  
「黄金戒指」  
阅读渗透率



485%  
「老铺黄金葫芦」  
搜索量同比提升

64.74%  
「品质新中产」  
人群占比

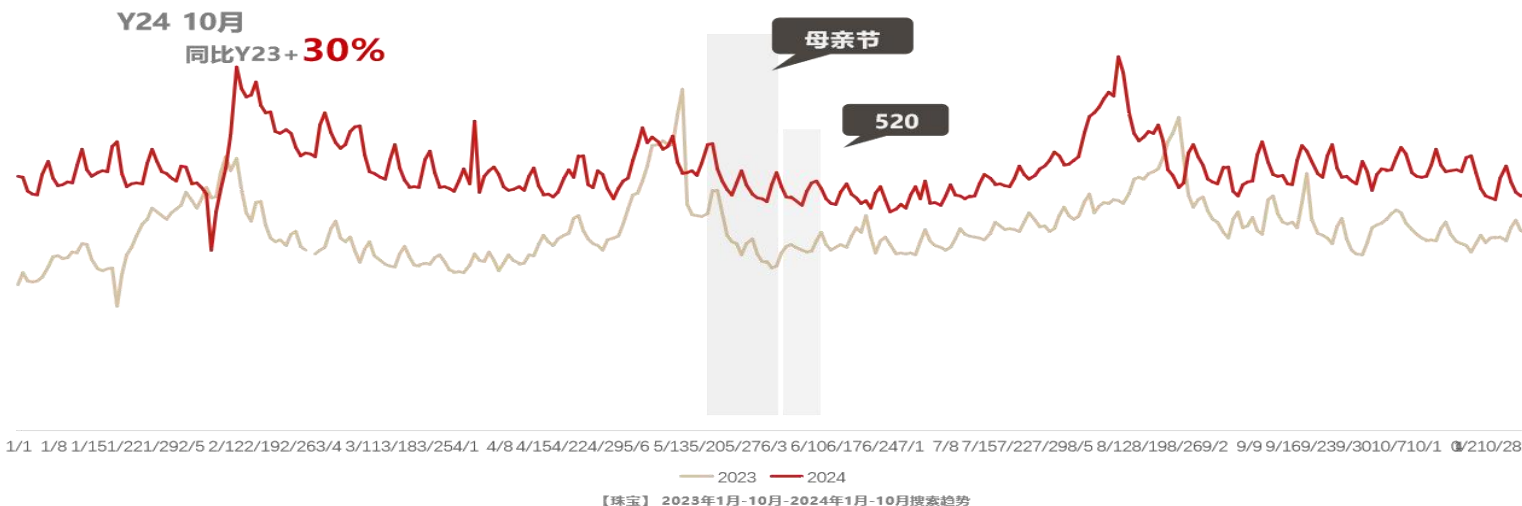


489%+  
「传福系列」  
搜索量H2环比提升

2046%+  
「故宫系列」  
搜索量同比提升

# 大盘洞察

2024年1~10月珠宝行业搜索环比增长明显，珠宝配饰行业社媒热度持续攀升



珠宝配饰行业声量持续上升，2024年实现声量增长**129%**，互动量增长**28%**；黄金、珍珠、翡翠声量占行业近70%声量，其中黄金声量占大头

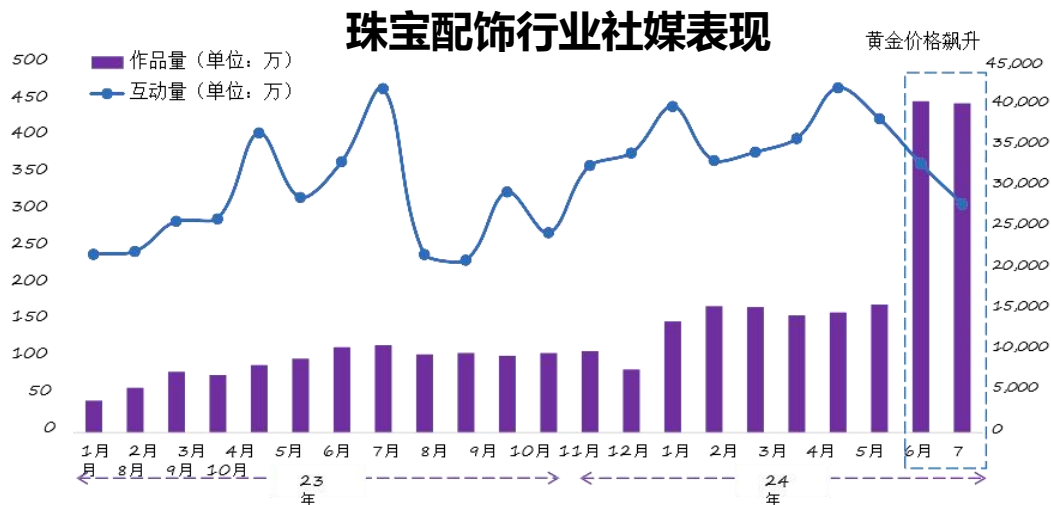
2024年9、10月行业声量达到近两年高峰，主要由黄金市场价格飙升带动

**+129%**

近一年行业声量同比增长

**+28%**

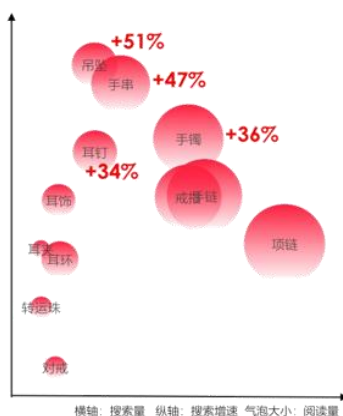
近一年行业互动量同比增长



## 品类洞察

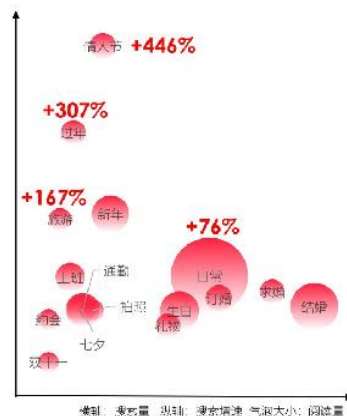
小红书黄金珠宝品类发展内容更加多元化，但行业和品类竞争激烈，消费者需求变化多元

品类更细分



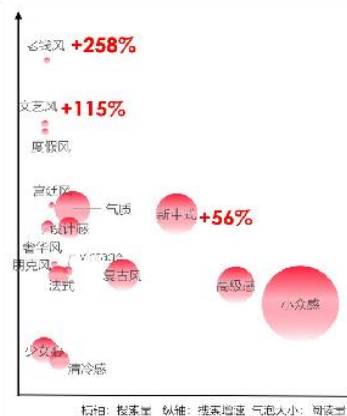
吊坠、手串、手镯、耳钉等细分品类增速快

场景更多样



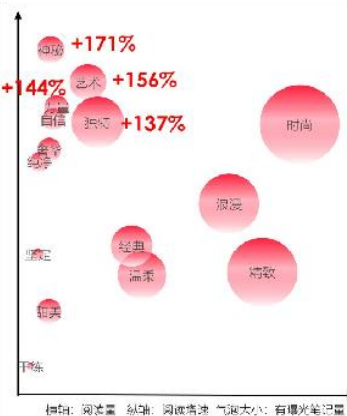
日常、情人节、过年、旅游等场景需求高

风格更多元



老钱风、文艺风、新中式等风格成为流量密码

审美更时尚



时尚、精致、浪漫、独特性等审美因素成关键决策

01

黄金首饰同时满足消费的功能价值、情绪价值和资产价值，客单高决策慢，内容长效价值高于短期

02

周大福、周生生等竞品加速布局KOS矩阵，导购账号超7000+。竞争加剧，市场份额争夺激烈，品牌需寻找差异化优势

03

线下门店流量下滑，导购缺乏数字化运营能力，难以触达线上消费者。种草成本高企，传统营销模式难以为继，需探索新路径。

有效内容

对整体内容体系的思考高于对单一爆款内容打法

数据度量

过程度量和结果度量验证下不断优化才是最终目的

## 整体目标&预期目标

01

### 传播黄金文化价值



#### 构建KOS矩阵

构建**500+**柜姐KOS矩阵，实现线上线下联动营销。

通过KOS矩阵，提升品牌曝光度与影响力。

02

### 强化品牌社会责任形象



#### 降低种草成本

种草成本**降低80%**，实现低成本、可持续的营销模式。

提升营销效率，优化营销成本结构

03

### 传播目标



#### 提升销售业绩

实现**596万**直接销售额，客资转化率提升至**77.85%**。

通过精准营销与优质服务，提升客户满意度与忠诚度

# 通过梳理卖点聚合发力实现官方号-达人种草-kos种草全面破圈

梦金园 | 中国高纯度  
精工金饰专家

 **产品聚  
焦策略**

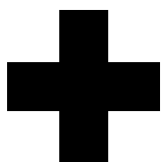
 **内容聚  
焦策略**

 **流量聚  
焦策略**

 **社群聚  
焦策略**

针对品牌每  
月/季度产品  
打造爆款营  
销方案

**长期  
刚需款**



**阶段  
热门款**



**引流  
战术款**

经典款

主推款

新品

平台热门

小克重

活动



**生肖金  
6万+**



梦金园 | 中国高纯度  
精工金饰专家

产品聚  
焦策略

内容聚  
焦策略

流量聚  
焦策略

社群聚  
焦策略

根据平台趋势和品牌营销方案制定内容策略打法



梦金园 | 中国高纯度  
精工金饰专家

## 集中培训+饱和式营销+内容供给

为品牌带来声量、流量及大量的销售转化  
提升梦金园品牌搜索量，笔记曝光/互动大幅提升

模版创新改写· SEO精准布局



种草成本降低85%

推广期间一金难求，众多用户在线蹲柜姐



大馋丫头天天饿

想要这个款，在线等一个柜姐答复



First sight

好喜欢这个款式呀，在想蹲一个柜姐，希望能解疑 刚刚 福建 回复



Avecle soleil

这么好看👍👍👍在线等一个柜姐告诉我多少钱想要👍👍👍 刚刚 近回复

单品打爆策略 **小金锁、蝴蝶款**

项目执行1年

相当于**1050万**投入的达人投放



总曝光

3亿+

总互动

70w+

月销售额

200w+

KOS与品牌活动联合赋能  
扩大活动声量



产品聚  
焦策略

内容聚  
焦策略

流量聚  
焦策略

社群聚  
焦策略

根据平台趋势和品牌营销方案制定内容策略打法

梦金园 | 中国高纯度  
精工金饰专家

产品聚  
焦策略

内容聚  
焦策略

流量聚  
焦策略

社群聚  
焦策略

根据平台趋  
势和品牌营  
销方案制定  
内容策略打  
法

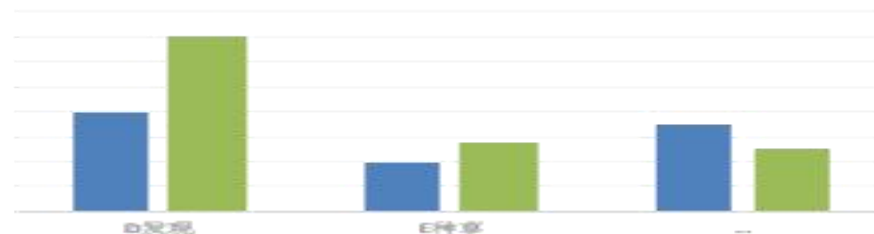
## 人群及需求

### 通过产品货盘及小红书热点的最优表达

01



分析产品的人群受众，产品品  
类卖点，人群需求点及对标产  
品，整合需求及卖点的最佳表  
达方式



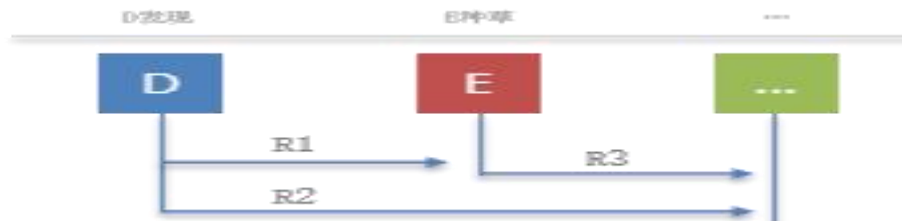
## 内容趋势洞察

### 结合爆文对标，分析近期爆款笔记的热度原因

02



通过数据分析和近期爆文研究，  
识别用户浏览过程中的关键因  
素和影响因子，分析相关趋势



## 定位焦点引流转 化归因

### 针对GMV、后链路人群转化原因分析

03



导购在运营过程中实现引流和  
转化的过程，以结果反馈内容，  
通过最终结果引导内容的创作  
方向



梦金园 中国高纯度 精工金饰专家

 **产品聚焦策略**

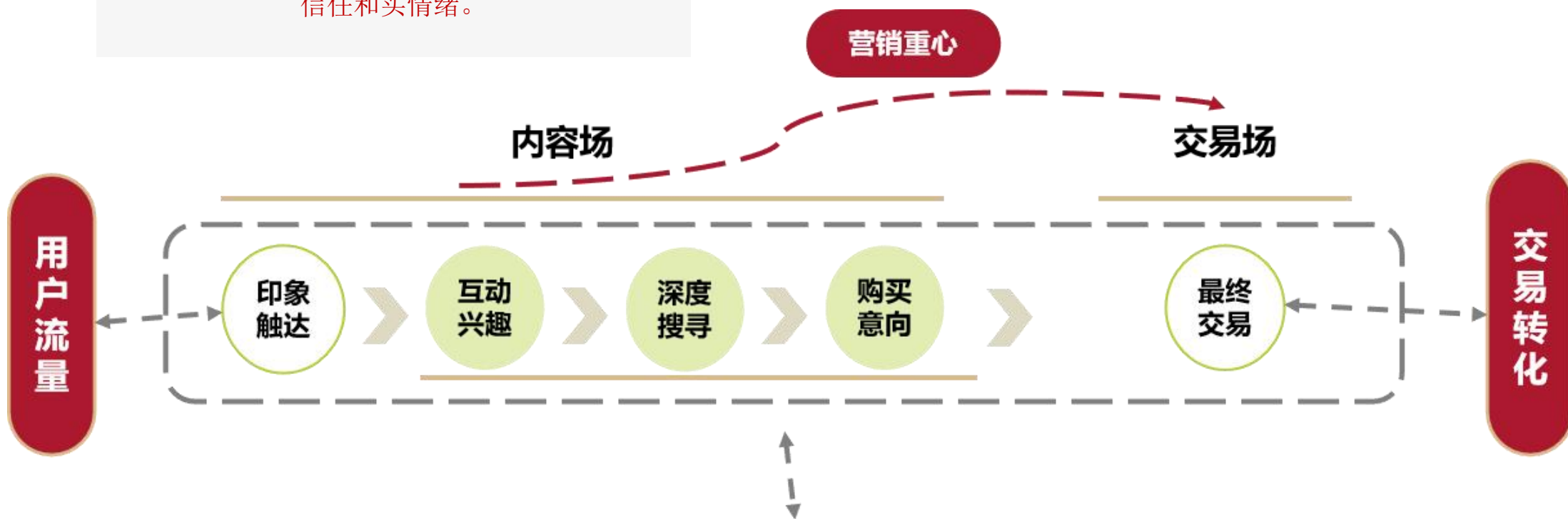
 **内容聚焦策略**

 **流量聚焦策略**

 **社群聚焦策略**

结合本地生活和直播打通流量闭环

流量整体没有变少，但我们体感上流量少了，是因为供应端极大丰富化，产品内卷，在营销侧也内卷，所以竞争点位也需要前移，从买产品到买信任和买情绪。



在对的时间，推送对的内容，给对的人，更多内容，带来更多互动，带来更多成交，所以需要生成式营销的助力  
在需要服务的时候，更精准互动，更多交互带来更高转化



打破“赶鸭子式”的监督模式，赋能可持续运营、可营销合力、可放大服务价值，形成体系化SOP

梦金园 中国高纯度  
精工金饰专家

产品聚  
焦策略

内容聚  
焦策略

流量聚  
焦策略

社群聚  
焦策略

运营中台统  
一标准化高  
效智能管理

1 以结婚三金为例



2 以平台爆品为例



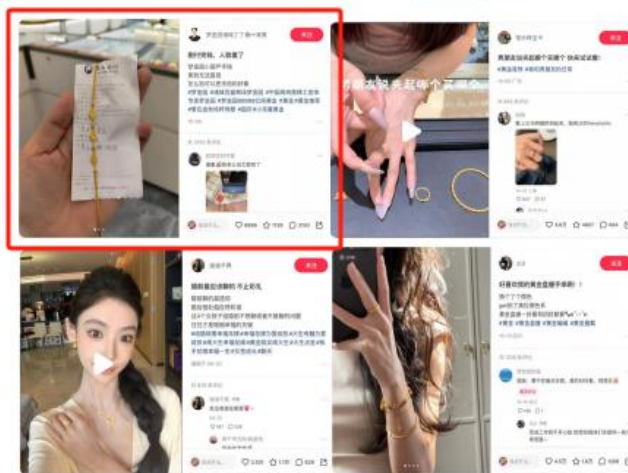
01. 场景化种草

02. KOS矩阵赋能

03. 技术提效



黄金TOP50飙升词-10月



Data Period: 2024.10.1-2024.10.31

TOP1-25

- 黄金拉丝缎带手链
- 戒指黄金款式
- 灵蛇项链黄金
- 蛇项链黄金
- 黄金蛇项链
- 蛇戒指黄金
- 降魔杵黄金吊坠
- 黄金蛇戒指
- 凤凰戒指黄金
- 黄金吊坠项链编绳
- 毛衣链黄金
- 金刚杵项链黄金
- 盘缠黄金手串寓意不好
- 元宝黄金编绳
- 铜钱黄金手链
- 小克重黄金编绳
- 黄金首饰的文案
- 黄金毛衣链
- 蝴蝶结项链黄金
- 航民首饰黄金靠谱吗
- 黄金珠子手串搭配
- 黄金首饰爆款
- 六福黄金手链
- 珍珠手串搭配黄金
- 郁金香黄金项链

TOP26-50

- 年轻人带的黄金手镯
- 黄金手链款式推荐2024
- 串珠手链黄金
- 戒指黄金
- 连连黄金手链
- 黄金项链女
- 黄金项链款式
- 五帝钱手绳黄金
- 钱串子黄金手链
- 黄金手链叠戴
- 韦雪同款黄金项链
- 蛇镯黄金
- 黄金戒指款式推荐
- 黄金对戒情侣
- 福袋黄金吊坠
- 筷子手镯黄金
- 黄金手串款式推荐
- 黄金项链洗澡睡觉摘不摘
- 扎基拉姆黄金吊坠
- 手编黄金手绳
- 黄金手镯文案高级
- 黄金盘缠编绳
- 黄金耳坠
- 罗盘黄金吊坠
- 凤钗黄金

小红书

“晕倒了”模板，被小红书官方收录

1

## 启动期

2024.1- 2024.3

绑定**649**个导购账号，搭建「**1+X+N**」账号矩阵。完成基础培训与账号搭建，为后续传播奠定基础。

2

## 爆发期

2024.6- 2024.10

推出「一元换款」「江疏影同款」活动，笔记互动量环比增长**425%**。通过热点活动与明星效应，提升品牌曝光度与用户参与度。

3

## 延续期

2024.11- 2024.12

借势新年节点，发布**3441**篇祈福主题笔记，销售额突破**215万**。利用节日热点，提升产品销量与品牌影响力。

## 活动传播：先定点再全国



优选重点城市or全国TOP销量门店做初步试点



招募对应门店主动活跃SA做试点

## 活动传播：分班定制化运营



### 打造标杆

通过标准化运作，以提高内容质量为基础，  
拉高KOS整体运营下限，同时增加优质导购体量；打造行业KOS运营标杆



### 赛马制度

kos矩阵在现有机制中形成赛马，筛选出潜力种子账号侧重“造神”，培养高创作、高传播的超级导购，成为品牌自有达人，有力拉动小程序商场品牌声量和到店转化



### 金牌导购

侧重优质导购的挖掘与进阶培养，沉淀1班金牌“导购”

# 激励机制-社群激励提升导购运营积极性

梦金园 中国高纯金 精工金饰专家

## 优质内容分享

赵丽娥



产品拍摄清晰，有细节  
画面干净，话题标签完整

新年第一金，江燕影同款项链！  
这个古法项链真的巨好看  
关键能15克的克重 非常有分量  
长姐可以随意调节~  
女明星也在戴的黄金 很适合作为新年礼物哦  
#梦金园#今年大吉至至梦园#江燕影同款#江燕影千金园 #金福元 #喜乐

创意笔记奖

梦金园 中国高纯金 精工金饰专家

## 优质内容分享

张曦月



产品拍摄虚实结合有层次  
镜头摆拍质感感强，话题完整

江燕影同款！龙年耳坠推荐！  
这个的合加雷耳坠 真的超超推荐  
古法花丝造型 质感超超超超超超  
还是那款那款耳坠  
本命年就要戴金！！真的很有新年的氛围！  
无论成人还是小孩都超超超超  
谁不想收到这样的礼物呢~  
#梦金园#明星同款#金年大吉至至梦园#河南新悦#江燕影千金园

爆文奖

## 内容创作人气榜

— 每月优质内容排行 —

徐悦

苏晓青

陈凯

4	青	总阅读量:3406	达标占比:95.24%	济阳银座梦金园
5	芮	总阅读量:3690	达标占比:80.95%	郑州(二七万达)店
6	凤	总阅读量:4066	达标占比:76.19%	郑州(惠济万达)店

徐悦 总阅读量:5226 达标占比:100%

陈凯 总阅读量:4219 达标占比:95.24%

优质笔记奖

## 小红书柜姐KOS项目

— 销售战报 —

杜娟

★ 临清新

成功通过小红书引流转化

# 36000元

小红书账号: [QR Code]

全勤奖

## 小红书柜姐KOS项目

— 销售战报 —

高鑫

★ 临胸梦

成功通过小红书引流转化

# 20000元

小红书账号: [QR Code]

认真/优秀导购奖



## 2024年1月-2024年12月阶段目标

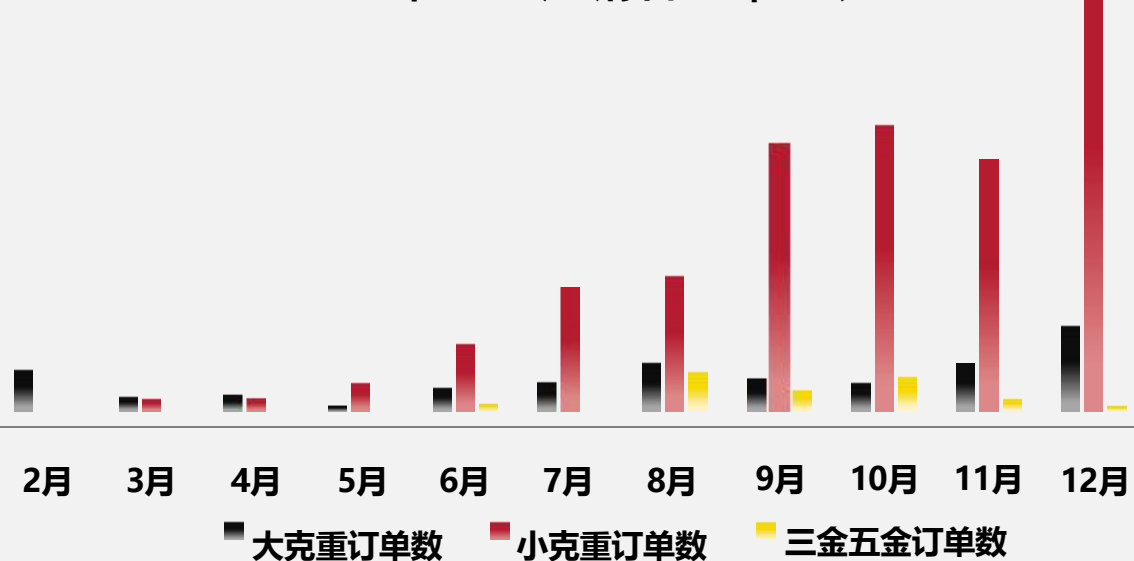


**三大流量转折点：**6月、8月、10月受爆文数提升影响，整体数据产生较大的涨幅

- **6月节点：**首次作1元换款活动配合，期间【来猜多重，猜中一元工费带走】以及【掏钱的时候直接晕倒了...】产生多篇爆文。针对模板内容进行提炼，**互动型及流量噱头标题**是产生爆文的核心因素。
- **8月节点：**再次针对流量噱头型标题进行复用，得出**流量拍摄点“发票+产品”的组合形式**，仍能有效产出爆文。同时**平台热门标题搭配平台小克重爆品**，成为优质柜姐打造高质量高互动笔记的核心要素。
- **10月节点：**除流量噱头标题持续复用产出爆文外，新增三金场景主题，**婚嫁仍然是黄金产品的核心推广场景**

## KOS产品转化一览

2024年2-12月销售订单总表



从整体销售额来看，整体向良好势头发展，12月份销售额迎来峰值，**突破百万**



小克重类产品6月份以后销售实现突破性增长，9月份开始找到热点思路，进行**垂直打爆**，例如蝴蝶编绳、爱心金锁等产品**借用时尚和个性化设计**，**精准定位年轻消费群体**，



大克重订单在下半年**受到节庆、礼品需求的影响**，带来显著增长。三金五金的产品**借助婚庆、嫁娶等特定场景**下的支持，在8月达到了销售顶峰（18单）

## 品牌影响力提升

- 1、通过传播优质内容，提升品牌在消费者心中的地位
- 2、累计触达超**300万**备婚、祈福人群，传播黄金文化价值，弘扬黄金文化，提升品牌文化内涵与社会价值
- 3、增强消费者对品牌的认同感与忠诚度。通过传播，实现品牌与社会的双赢

## 营销效果显著

- 1、实现低成本、可持续的营销模式，提升营销效率
- 2、通过精准营销与优质服务，提升客户满意度与忠诚度

## 行业认可度高

- 1、获得广告主与行业媒体的高度评价，提升品牌在行业内的影响力
- 2、KOS矩阵使单店客资成本降低**93%**，加盟商拿货意愿提升**40%**。
- 4、梦金园率先实现内容与商业闭环融合，为黄金行业提供数字化营销范本，引领行业发展