

闪迪年度电商整合营销

- **品牌名称:** SanDisk闪迪
- **所属行业:** 存储
- **执行时间:** 2024.01.01-12.31
- **参选类别:** 电商营销类



营销背景

一、品牌传播及营销背景

目标受众：普通用户、学习办公、视频编辑、数码爱好者、游戏玩家等，关注便携性和性价比，追求高性能和大容量，以及学生企业用户，需求稳定的数据存储解决方案。

传播策略：突出“存储每一刻”概念，强调存储设备的重要性，帮助用户保护珍贵记忆，营销展示产品速度、耐用性和容量，突出专业性能。

营销渠道：线上：电商平台、官网、社交媒体等；线下：零售店、电子产品卖场、授权经销商等。

二、闪迪品牌的行业发展背景

闪迪品牌通过不断的技术升级满足了消费者对更高容量和更快速度的需求。当前存储行业竞争日益激烈，闪迪也面临着来自三星等竞争对手的压力，为了应对挑战，闪迪持续加大研发投入，并积极推进技术创新以及新兴领域存储等。

三、面临的营销困境及挑战

价格战的压力：存储行业竞争激烈，尤其是来自其他品牌的低价产品，对定价策略行程影响。

新兴品牌的崛起：一些新兴存储品牌通过差异化的产品设计或更具吸引力的营销手段迅速占领市场，形成威胁。



整体目标

- 提升品牌知名度与影响力：**通过京东这一重要电商平台，进一步扩大闪迪品牌的市场占有率和消费者认知度。
驱动销售增长：通过精准营销和促销活动，提升闪迪产品的销量和市场份额。
- 强化品牌形象：**塑造闪迪作为高品质存储解决方案提供商的品牌形象，提升消费者对品牌的信任感和忠诚度。
- 优化用户体验：**通过京东平台的数据支持和服务能力，提升消费者的购物体验，增加用户粘性和复购率。

预期目标

- 活动引流与转化：**通过京东平台的促销活动，吸引大量流量并转化为实际购买。
- 提升搜索排名：**通过优化关键词和SEO策略，提升闪迪相关产品的搜索排名，增加曝光量。
- 品牌曝光提升：**通过京站内广告、短视频营销（如京准通、京东直播等）、社交媒体合作等方式，持续提升品牌曝光。
- 提升复购率：**通过会员体系、积分奖励、优惠券发放等活动，增强用户粘性和复购行为。
- 打造爆款产品：**通过持续营销和用户口碑积累，将部分明星产品打造成京东平台上的爆款，形成稳定的销售增长点。
- 拓展细分市场：**针对特定消费群体（如摄影爱好者、游戏玩家、学生等），开发或推广更具针对性的产品，满足多样化需求。



策略与创意

1、**营销案例分为：**新品活动、联合营销、外置存储激励赛（新客增长、用户拉新、精细化运营）

2、营销策略

（1）**新品活动：**分析目标人群，提炼核心卖点，推行差异化策略，配合站内外营销推广曝光，店铺新品首发优惠、会员专属福利，短视频制作种草，效果追踪等方向推广新品。

（2）**联合营销：**利用多品牌曝光，增强用户粘性，促进销售转化，强化闪迪品牌形象，以数码3C类为主，如苹果，佳能，华硕，大疆等，通过活动互挂，绑赠，加价购，连麦等形式展开，借助品牌联合，与合作伙伴形成互补价值。

（2）**外置存储激励赛：**新客/拉新/精细化运营中，优化广告投放策略及产品营销曝光，通过首购，会员权益，标题等形式调整，促进店铺新用户、新客留存率和复购率进一步增长。

3、创意亮点：

新品活动：活动规划丰富；店铺曝光全面；站内外联动度高；资源曝光形式多样。

联合营销：类目与主设备品牌相关性高；涉及合作主题丰富；合作形式多样；品牌种草教育效果明显。

外置存储激励赛：均取得优异结果；拉新/新客增长效果较好；流量销售转化明显。

京东先人一步



活动曝光



主题营销活动



案例一、闪迪新品上市活动

- 店铺活动:** 策划新品专题营销活动, 利用下单抽iWatch手表, 晒单返200E卡等利益点玩法促进销售转化及评价数提升, 同时在首页/商详专区/分类/尺码关联等渠道提升曝光引流;
- 内容种草:** 突出千兆超大容量引领趋势等核心卖点在站内以及抖音/小红书/知乎等站外进行海量种草引流;
- 品牌联合:** 同时利用与红魔雷蛇等品牌联合/直播连麦/内容创作,
- 付费推广:** 配合新品上架关键时期, 利用快车圈选主设备人群精准触达, 配合智能投放/直投多渠道投放, 提升新品多维度曝光引流, 并利用互动广告在腾讯/头条等渠道进行全网优质流量引入;
- 京东资源:** 手机数码频道前沿新品资源支持, 京东先人一步官微转联动及外推发文, 以及提报先人一步/前沿新品等新品资源推动新品流量及销售。



案例二、品牌联合营销

- 1、**联合活动主题：**U盘、存储卡、移动固态硬盘品类与手机，电脑，相机等品牌开展办公学习摄影等存储话题活动。
- 3、**活动福利区：**策划下单/入会赢好礼/0元抽奖/试用，以及加购赢红包京豆等玩法
- 4、**活动曝光互挂：**
 - (1) 店铺维度曝光：店铺首页，商详专区，会员中心
 - (2) 平台资源争取：电竞、校园、手机电脑数码频道等资源引流
- 5、**直播：**连麦+购物车互挂+主推品
- 6、**联合种草：**借助平台借助，行业热点，产品关联选购登话题开展内容视频种草
- 7、**广告投放：**引流到活动落地页
- 8、**形式延展：**加价购，绑赠，虚拟组套等

案例三、外置存储激励赛

新客增长

第一期

@全体成员 各位合作伙伴好，

感谢各品牌积极参与本次外置存储新客增长激励赛活动。本次参与活动共计60个品牌伙伴，经过激烈的角逐，现在揭晓最终第一阶段排名，获得前三名的品牌分别为闪迪、联想和爱国者。

恭喜闪迪、联想和爱国者荣获前三名。下方图片为奖励资源。本次活动大家都在努力的为自己的品牌获得新客，为了更好的支持大家，我们将对积极参与活动的品牌方希捷、闪迪大师、雷克沙、英睿达、东芝、梵想、LaCie、iDisk和西部数据也将获得新客冲刺激励资源1份。辛苦每个品牌出一个对接人与我联系获取资源。

目前活动已经进入第二阶段，第二阶段的激励政策将会于下周公布，请各位品牌耐心等待。希望大家积极参与第二阶段的激励！

第二期

@全体成员 各位合作伙伴好，本次外置存储第二期新客增长激励赛活动已经完美落幕

感谢各品牌积极参与本次新客增长激励赛活动。本次参与活动共计20位品牌伙伴，经过为期一个月的激烈竞争，现在揭晓最终排名，获得前三名的品牌分别为闪迪、爱国者和海康威视。

恭喜闪迪、爱国者、海康威视在本次活动中获得佳绩。本次活动大家都在努力的为自己的品牌获得新客，各品牌通过该活动也取得了很好的拉新效果。我们将对排名前三位的品牌发放相应的资源奖励，可在咚咚联系RP:zhuyuanqing1获取。

再次感谢各位品牌方的参与，未来我们外置存储小组也会为大家带来更多的精彩活动，让我们拭目以待吧！

用户拉新

商家拉新激励赛

活动介绍

活动时间

- 报名时间：10月14日-11月13日
- 活动时间：10月14日-11月13日
- 资源奖励公布时间：11月18日（统计数据时间范围10月14日-11月13日）

激励规则

奖励方式

站外广告对投、馆区、大促等资源位

所有参与店铺：精准人群PUSH（额度待定）、领券中心-今日必领资源位

- 第一名：15万毛利支持奖励+大促资源位
- 第二名：10万毛利支持奖励+馆区资源
- 第三名：5万毛利支持奖励+馆区资源
- 其余按比例瓜分5万毛利支持奖励

补贴奖励金额为上限，如品牌投入实际金额未达到对应名次的上限，则按实际投入的金额补贴

@全体成员 大家好，本拉新激励赛商家积极配合，取得非常好的效果，整体带来40W站外新客的点击，并帮助很多商家掌握站外投放的方法策略，现在公布11.11期间商家拉新激励赛情况~获得品牌前三名的品牌分别是

第一名：闪迪
第二名：西部数据
第三名：雷克沙

辛苦获奖商家运营联系我~ 再次感谢各位参与，未来我们外置存储小组也会为大家带来更多的精彩活动！

精细化运营

短视频板块活动内容与节奏

活动内容

- 参与活动店铺根据活动要求，通过发布优质短视频的形式参与激励赛。
- 将面向所有报名参与的店铺，提供一系列的培训资源支持。
- 活动结束后，我们将根据数据情况进行综合排名，排名结果将决定品牌能够获得资源奖励。

搜索板块活动内容与节奏

活动内容

- 参与活动店铺根据活动要求，通过配置商卡短标卖点的形式参与激励赛。
- 将面向所有报名参与的店铺，提供一系列的问题的答疑解惑。
- 活动结束后，我们将根据数据情况进行综合排名，排名结果将决定品牌能够获得资源奖励。

活动节奏



短标卖点

@全体成员 各位合作伙伴好，现公布搜索板块（短标卖点部分）的比赛结果：排名前三的分别是

- 第一名：铠侠（Kioxia）京东自营旗舰店的 移动固态硬盘品类
- 第二名：雷克沙Lexar旗舰店的 存储卡品类
- 第三名：SanDisk闪迪京东自营旗舰店 U盘品类

恭喜以上三位获奖店铺，辛苦对应的店铺运营联系一下我领取资源~
稍后将同步大家商详板块的活动方案~

短视频

@全体成员 各位合作伙伴好，现公布推荐板块（短视频部分）的比赛结果：排名前三的分别是

- 第一名：西部数据京东自营旗舰店的 移动固态硬盘品类
- 第二名：SanDisk京东自营旗舰店的 移动固态硬盘品类
- 第三名：Lexar雷克沙京东自营旗舰店的 存储卡品类

恭喜以上三位获奖店铺，辛苦对应的店铺运营联系一下我领取资源~



