

看见“她”力量

澜亭×小红书重塑女性消费新主张

- **品牌名称：**澜亭
- **所属行业：**医药保健/医疗器械及服务类
- **执行时间：**2024.04.01-12.15
- **参选类别：**种草营销类

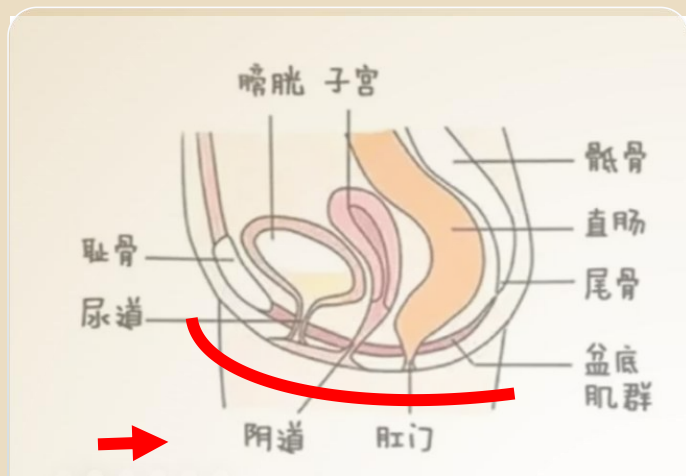
PART

ONE

项目背景

先看看盆底肌是个啥？！一张大网！

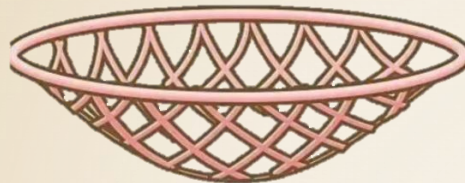
一张
托举膀胱 子宫的大网



盆底肌如果有问题
器官脱垂、漏尿、性功能障碍



紧致有弹性



松弛又无力



一张
松弛有度 收放自如的大网



澜淳盆底肌修复仪 有想法做小红书💡

但是 真的能在小红书焕发新机吗?



“不能说的秘密”正在小红书偷偷发声!



受漏尿、阴道松弛、盆腔疼痛等
产康问题的长期困扰



院内产康资源有限，难预约；
院外月子中心良莠不齐



产康问题成为不能说的秘密，用户
接受度低，老牌械企常年卡位

女性问题是存在的！在小红书有很多讨论 但是说不清❌！！



焕活肌能 私密保养 减少疼痛红肿 抑制增_ 盆底肌松弛 私处护理
治疗脱垂 治疗阴道松弛症 缓解肌肉疼痛 强化私密肌肉群 促进盆底血液循环 缓解漏尿
复原弹性 重塑紧、弹、润 放松盆底肌 舒缓
改善阴道松弛 防下垂 盆底肌恢复 缓解肌肉 促进子宫收缩 修复盆底

盆底肌修复

促进子宫恢复 收缩盆底肌 改善盆底肌松弛 产后恢复 阴道松弛
产后修复 改善漏尿 止痛 子宫脱垂 治疗松弛 阴道松弛
紧致阴道 促进血液循环 排出恶露 促血流 紧致私密 预防增生
紧致阴道 收胯 双重紧致 紧致 预防增生
紧致 治疗漏尿 改善阴道环境 收紧盆底肌 紧致盆底肌



我们经历了4次策略梳理

逐步理清 女性盆底肌私密问题，
如何精准发声，守护中国妈妈的生育健康

STEP 1

找对人



STEP 2

说对话



STEP 3

促转化



STEP 4

全域转化

以5W法则 实现对 人群*场景*节点*内容*场域 的理解和应用



PART

TWO

项目实施

策略1轮

策略2轮

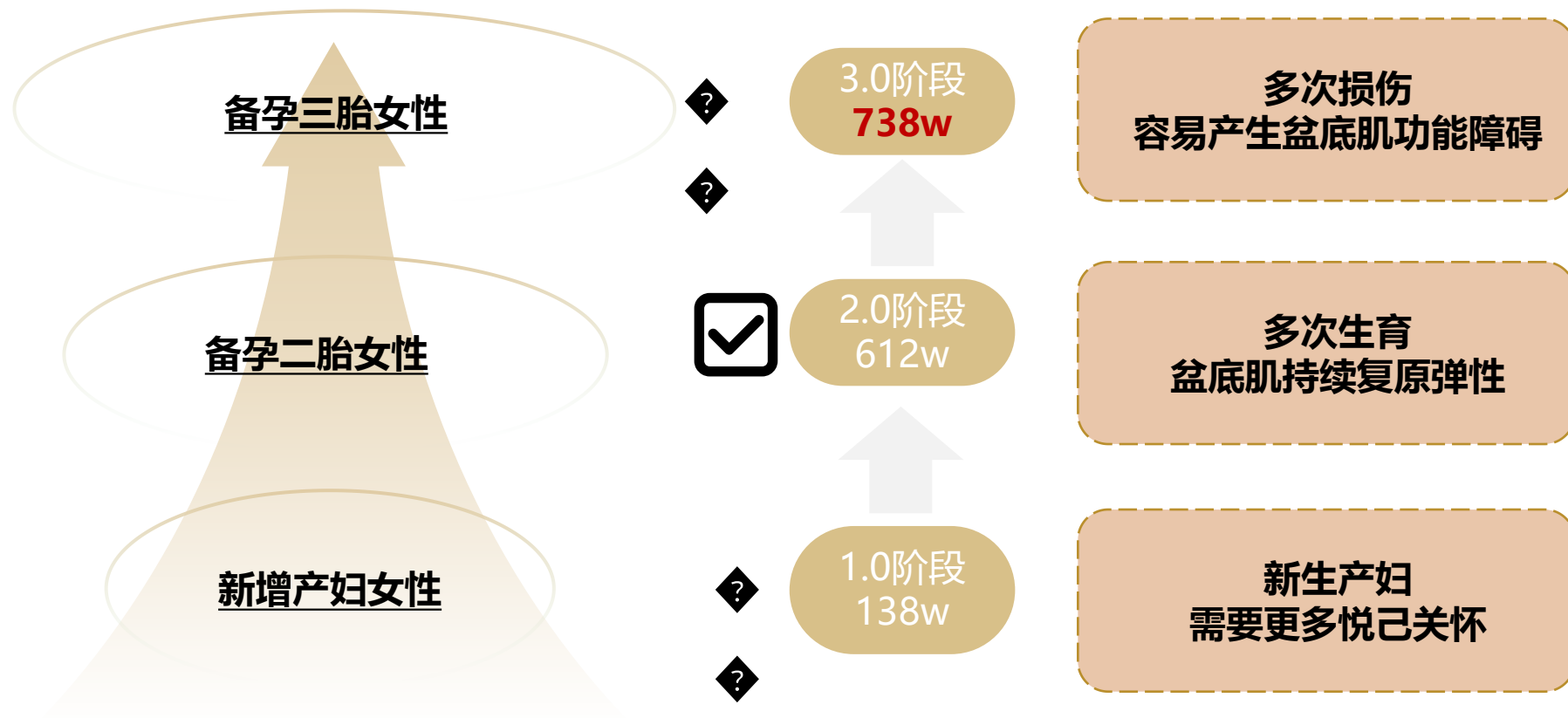
策略3轮

策略4轮

策略第1轮

客户说：“我有10余年院线的沉淀了，我到小红书说给谁听？”

人群反漏斗



人群反漏斗聚焦

孕产场景 

只给这些盆底肌738w孕妈妈就够了吗？不！还有很多场景

家用仪器修复

优势：居家可操作
劣势：操作学习难度大



65%

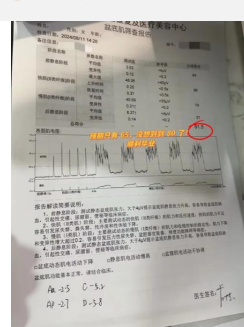


去医院修复

优势：专业 可信赖
劣势：预约难 时间长

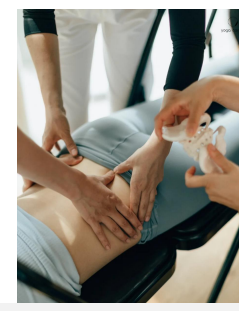
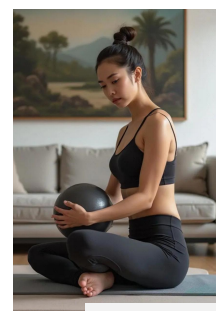


30%



在健身房修复

优势：服务好 情绪价值高
劣势：价格贵 难坚持



3%



口服保健品修复

优势：简单直接
劣势：效果甚微 副作用大



1%



策略1轮

策略2轮

策略3轮

策略4轮

我们用**人群漏斗圈选**，圈到**8543w**



700w +

家用盆底肌
人群

Before
渗透率

65%

V S

After
渗透率

100%

偶尔漏



产后松弛

盆底肌修复

盆底松弛、漏尿不可怕！想安
利所有产后姐妹

1.2万

青岛妇女儿童医院

盆底肌修复记录

小红书 盆底肌修复

8000w

盆底肌修复场景人群

青岛妇女儿童医院盆底肌修复
记录（上）

夏夜晚风

239

好的姿态 我希望你学会管理
你能坚持每天100个 那两个周会得到你想要的。



我就说吧！健身房是有练盆底
肌的器械的

hewei

3

策略1轮

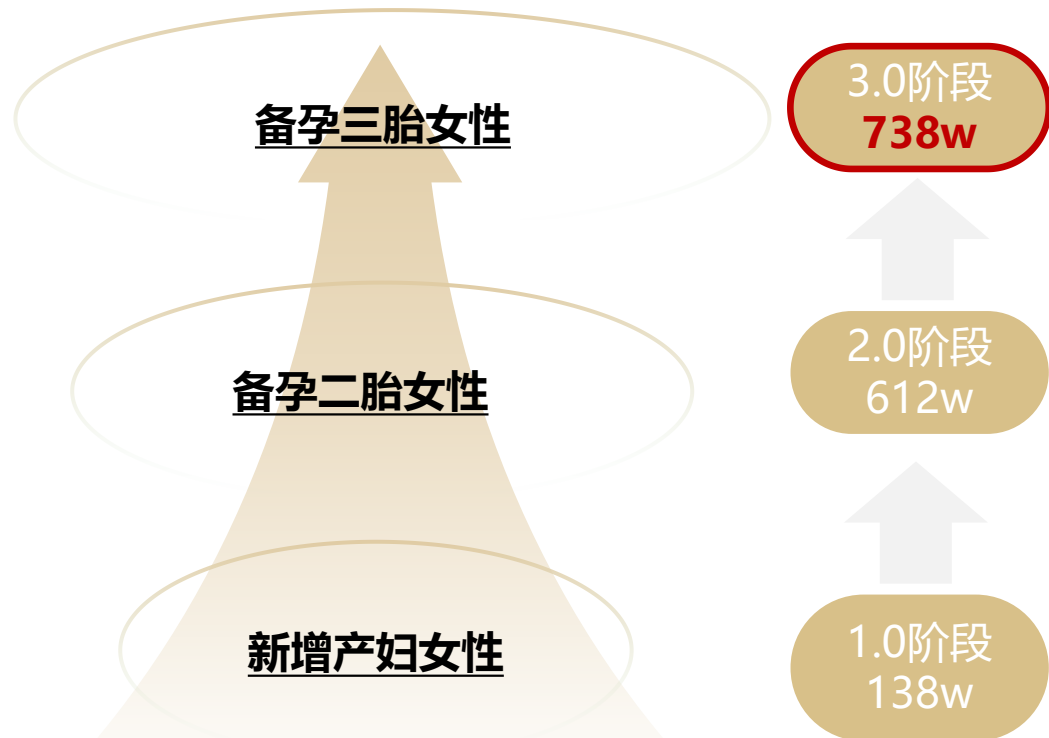
策略2轮

策略3轮

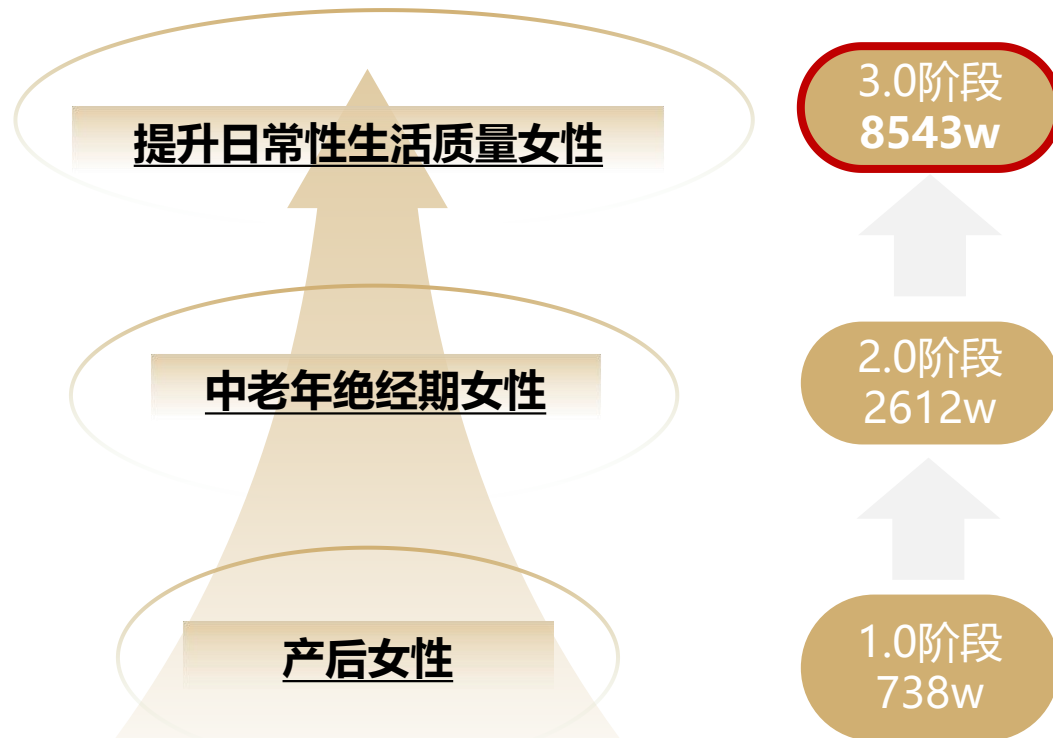
策略4轮

再次优化人群反漏斗模型，不止妈妈，更是所有女性！

人群反漏斗



聚焦孕产+性生活场景



策略第2轮

不行啊 咱们再拆拆内容怎么做吧!

策略1轮

策略2轮

策略3轮

策略4轮

拉了TOP100的笔记list

品类词：产后修复、产后修复仪、
盆底肌修复仪

品牌词：澜淳、澜淳T20、
澜淳盆底肌修复仪



品类
教育



多品
评测



品类盆底肌修复
诉求人群

孕妈、新手妈妈

大宝宝妈
两性泛关系人群



专家
站台



孕妈



新妈
经验



大宝
宝妈



两性
生活

做科普->卖产品->成姐妹
做人感营销!



CTR

12.66%

CPE

6.1

8.12%

3.2

优化前 优化后

优化前 优化后

策略1轮

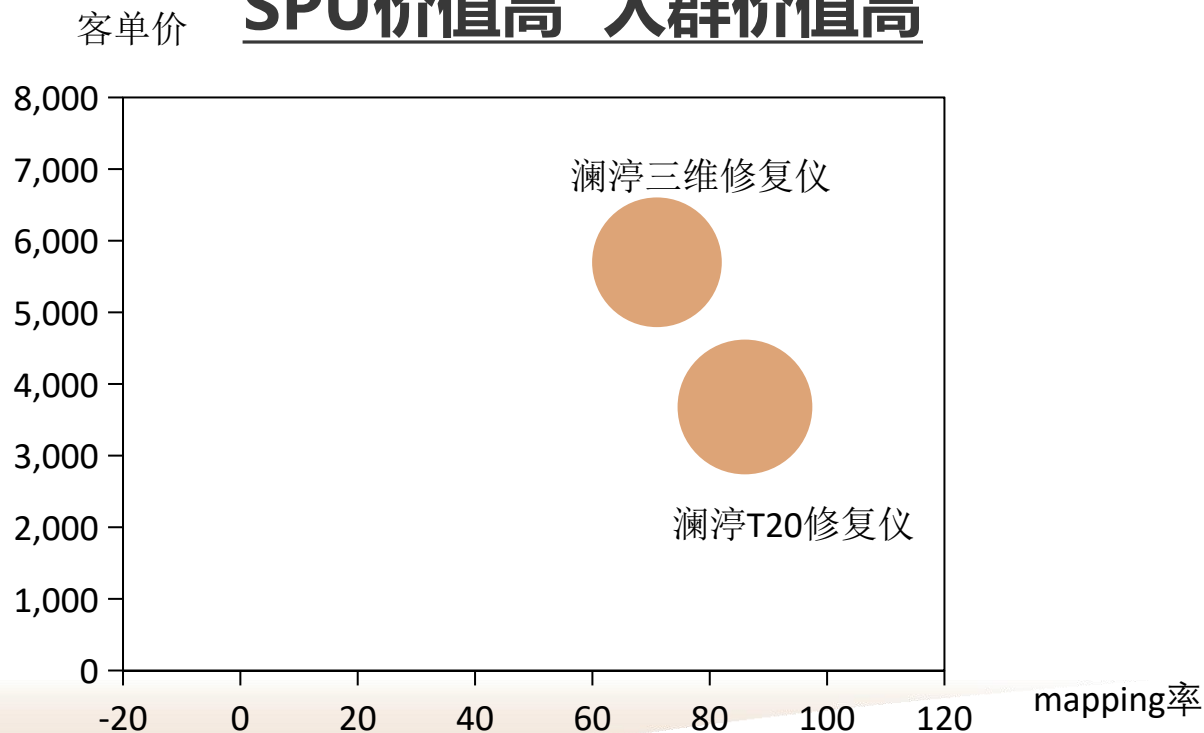
策略2轮

策略3轮

策略4轮

策略第3轮

过程指标真不错！能沟通了！但是不转化？回传一方路径看看

SPU价值高 人群价值高

既然mapping率这么高了，为什么不转化？

难点二：盆底肌修复仪3000+的客单价，小红书用户吃得消吗？

一方数据回传：通过数据交叉验证，验证小红书平台价值

策略1轮

策略2轮

策略3轮

策略4轮

一方数据 还原用户旅程 影响用户心智需要90天!

什么时候看

看多少

看什么



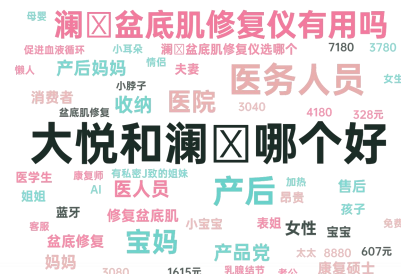
1次

2次

5次

12次

32次



这么长的种草周期，我们重新梳理一下内容！

需求明确型 (14%)

需求启发型 (86%)

策略1轮

策略2轮

策略3轮

策略4轮

这么长的种草周期，我们重新梳理一下内容！

【需求启发型】反复触达、持续种草

孕产护理消费者60-90天内决策路径



策略1轮

策略2轮

策略3轮

策略4轮

这么长的种草周期，我们重新梳理一下内容！

【需求明确型】重搜索、重测评

孕产护理消费者30-60天内决策路径



策略1轮

策略2轮

策略3轮

策略4轮

内容终于梳理清楚了 也有转化了！

需求启发型

种草人群迁徙

孕产护理消费者60-90天内决策路径



Mapping2706位



需求明确型

FS直接触达

孕产护理消费者30-60天内决策路径



Mapping454位

策略1轮

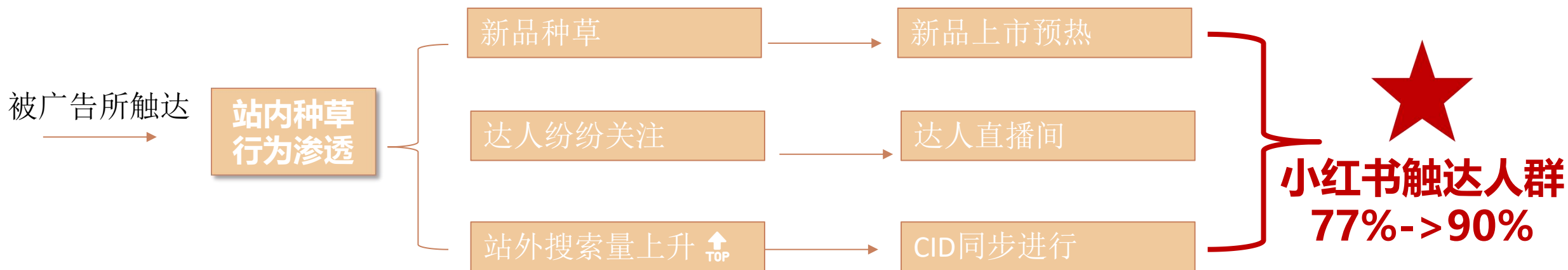
策略2轮

策略3轮

策略4轮

策略第4轮

一点点转化怎么够？让转化在全域发生！



为女性“悦己生活”发声！全网开花！

策略1轮

策略2轮

策略3轮

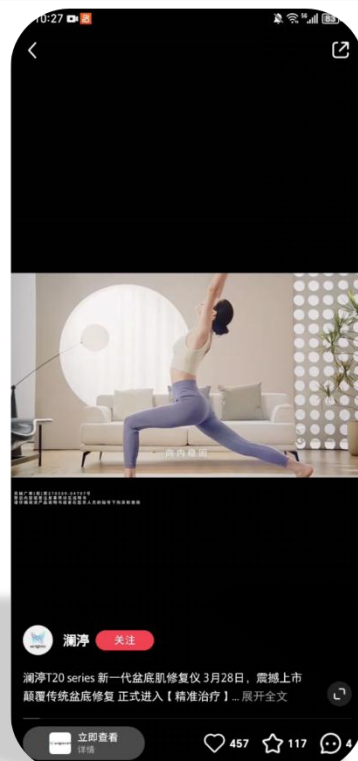
策略4轮

澜淳T20 新品震撼上市，小红书首站绽放光彩！！

买开屏广告
强势登场



让女性问题
被看见



高频互动
大胆发声



品牌专区
锁定席位



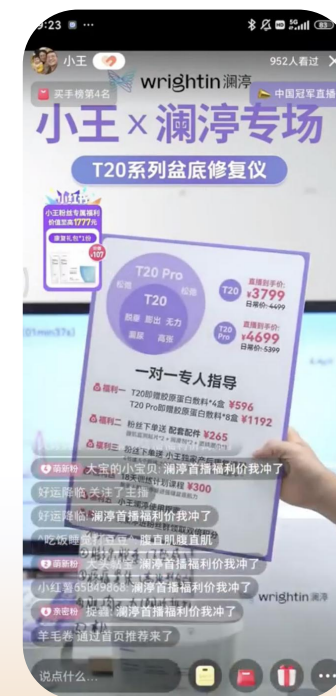
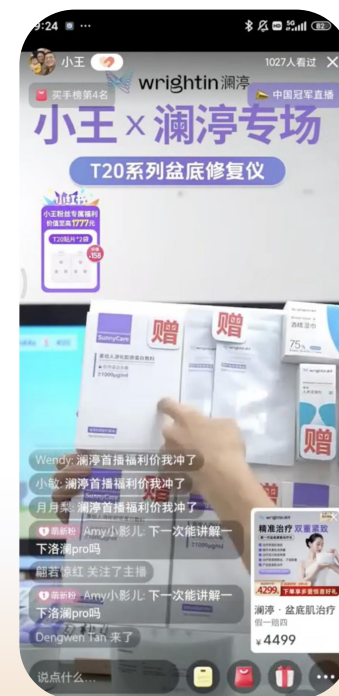
策略1轮

策略2轮

策略3轮

策略4轮

达播加入 声动四方！主持人勇敢发声 拒绝「盆底肌羞耻」



策略1轮

策略2轮

策略3轮

策略4轮

CID决策转化——站内站外两手抓，澜淳在小红书找到新商机

阿里健康

京东平台

澜淳品类TOP1



澜淳品类TOP1



小盆底
大使命



PART

THREE

项目结果

从“籍籍无名”到“赛道顶流”

小红书女性问题被看见，疾病治疗+情绪关怀 澜婷成为第1



TOP1

盆底肌修复仪赛道

+190%

品牌搜索声量

+5倍

核心人群资产渗透率

+102%

贡献全域GMV

+12994%

新品搜索声量

高效的新品种草+长线人群渗透策略

助力澜亭品牌的用户搜索心智TOP1

