

百度优选省心选IP

- **品牌名称:** 百度优选
- **所属行业:** 网络平台及服务类
- **执行时间:** 2024.05.25-12.31
- **参选类别:** 场景营销类

— 品牌传播及营销背景：

- 在省心选IP升级之前，百度优选品牌心智定位为“超会选”，主要强调平台在利用AI技术在选品方面的专业性和权威性。这一阶段的品牌传播和营销策略以平台为中心，注重展示平台的选品能力和资源优势，通过精准的选品推荐吸引消费者。然而，随着电商行业的快速发展和消费者需求的多样化，原有的“超会选”心智逐渐显现出局限性：平台导向的局限性—过于强调平台的选品能力，忽视了消费者的个性化需求和购物体验；品牌价值传递不足—消费者对品牌的认知停留在“平台会选”，缺乏更深层次的情感连接和价值认同。
- 为了应对市场变化和消费者需求的升级，省心选IP从“超会选”升级为“省心选”，品牌价值回归到用户，强调为用户提供省心、放心、贴心的购物体验。这一升级不仅是对品牌心智的重新定位，也是对品牌价值的全面提升：省心选IP的核心价值从“平台会选”转变为“用户省心”，强调为用户提供高品质、高性价比的商品和优质的购物体验。

— 行业发展背景：

- 电商行业快速发展，消费者对购物体验的要求越来越高。传统的电商模式已经无法满足消费者对个性化、高品质商品的需求。因此，电商平台需要不断创新，推出新的营销策略和IP，以吸引和留住消费者。百度电商作为电商行业的“后俊生”，首先就要解释“为什么来百度优选消费”这个课题，这个课题本质是心智的沉淀。
- 省心选IP正是在这样的行业背景下应运而生。它作为平台的名片传递给用户，告诉用户，IP下面有百度特色的一盘好货，通过整合优质商家资源，帮助消费者买到找到物美价廉的心仪商品；同时也为商家提供了更多的曝光和销售机会。这种双赢的模式不仅提升了消费者的购物体验，也推动了电商行业的健康发展。

— 面临的营销困境及挑战

- 市场竞争激烈：电商行业竞争日益激烈，各大平台都在推出类似的IP和营销活动，如何在众多竞争对手中脱颖而出，是省心选IP面临的首要挑战。
- 消费者需求多样化：消费者的需求日益多样化，如何精准把握消费者的需求，提供个性化的商品和服务，是省心选IP需要不断探索和优化的方向。
- 品牌认知扩大：省心选IP从发布到被广大用户认知、体验并复购，需要制定长期战略，在品牌传播、市场推广等方面进行更多的投入和努力。

— **预期目标：**

- 省心选IP的营销传播目标旨在通过一系列创新策略和精准执行，**进一步提升品牌影响力、市场份额和消费者忠诚度。**

— **整体目标：**

1、提升品牌知名度与美誉度

- 通过多渠道、多形式的品牌曝光，将省心选IP打造为电商领域的标杆性IP，成为消费者心中“品质购物”的代名词。
- 在核心消费群体中实现品牌认知度提升30%以上，品牌美誉度提升20%以上。

2、扩大市场份额与增强消费者粘性

- 在618、双11等关键营销节点，实现GMV、订单量、商家数的增长。
- 通过精准推荐和优质服务，提升消费者复购率至40%以上。

一、核心策略

- **1. 场景化营销策略:**
 - a. 大促节点深度绑定: 将省心选IP与618、双11等电商大促节点深度绑定, 通过专属活动形式, 激发消费者购买欲望。
 - b. 全球品牌曝光: 通过国际化平台曝光, 提升省心选IP的国内商家、用户口碑认知。
- **2. 短视频内容营销:**
 - a. 通过行家短视频, 以真实、生动的内容展示IP商家专业度, 强化省心选IP TO用户价值, 增强消费者信任感。
- **3. 精准化选品策略:**
 - a. 行家选、产地选、口碑选三位一体: 通过行家推荐、产地直供和用户口碑的多维度选品模式, 精准满足消费者对品质、性价比和信任感的需求。
- **4. 生态闭环构建策略:**
 - a. 选商/选品-消费-反馈-优化-复购: 通过消费者反馈和数据分析, 不断优化选品策略, 形成良性循环, 提升品牌忠诚度和用户粘性。
 - b. 商家赋能计划: 为标杆商家提供流量扶持、营销培训等资源, 帮助商家提升销售业绩, 形成品牌与商家的共赢生态。

二、创意亮点

1. 国际化品牌曝光：纽约时代广场纳斯达克大屏

- a. 创意亮点：省心选IP标杆商家集体亮相纽约时代广场纳斯达克大屏，将品牌影响力推向全球。
- b. 效果：通过国际化曝光，省心选IP成功塑造了高端、可信赖的品牌形象，用户对IP商家信任感增强。

2. 行家短视频：真实性内容营销

- a. 创意亮点：实地拍摄IP商家，以真实场景展示商家『行家』特点，增强消费者的信任感和购买欲望。
- b. 效果：短视频内容全网发布后，播放量突破千万，显著提升了品牌的影响力和转化率。

3. 大促节点深度绑定：618、双11专属活动

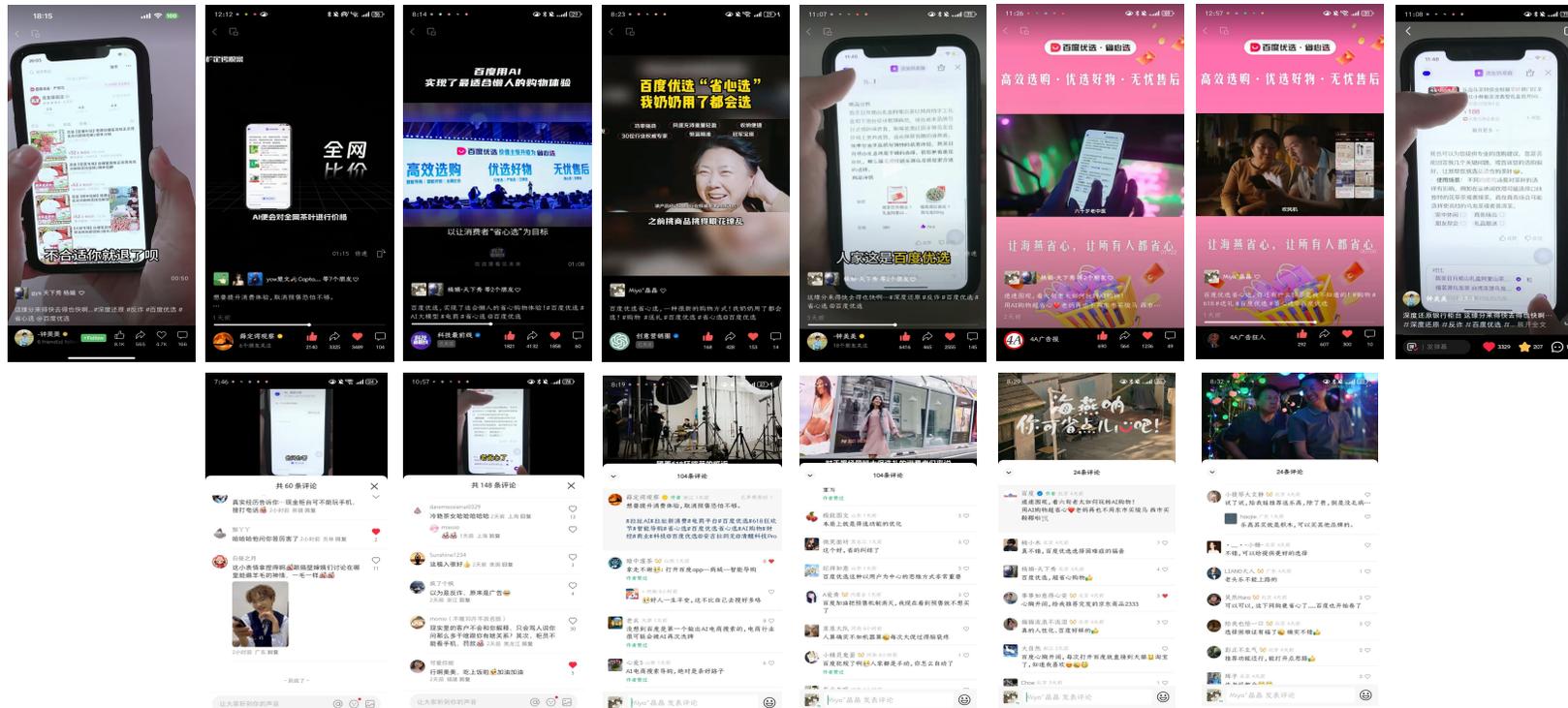
- a. 创意亮点：在618和双11期间，推出省心选IP专属活动，如限时优惠、满减折扣等，吸引消费者参与。同时，通过精准推荐和场景化营销，提升活动效果。
- b. 效果：618期间，行家选店铺订单量提升89%，产地选店铺GMV提升70%，口碑选新客增长129%，显著提升了销售业绩和用户粘性。

4. 生态闭环构建：商家赋能计划

- a. 创意亮点：为标杆商家提供流量扶持、营销培训等资源，帮助商家提升销售业绩，形成品牌与商家的共赢生态。
- b. 效果：参与计划的商家销售额明显提升，显著提升了商家的参与积极性和品牌忠诚度。

阶段一：品牌认知与市场渗透

- **大会官宣：**2024年百度移动生态万象大会上，百度电商BU Head正式官宣了省心选IP的上线。这一官宣标志着省心选IP正式进入大众视野。BU Head在大会上详细介绍了省心选IP的核心价值、创新模式，引发了行业和媒体的广泛关注。
- **IP品牌片发布：**选取贴近生活的「为亲家选购礼物」的场景，通过真实而温馨的情节，展现了选购礼物时可能遇到的种种烦恼和困扰，以及百度优选「省心选」IP如何解决这些问题，让用户能够省心省心，获赞超5k，评论正向，用户反馈“选择困难症有福音了”、“这下网购更省心了”。
- **KOL钟美美视频号+小红书双端种草：**与千万级粉丝博主钟美美联合，从日常生活角度入手，解读百度优选如何让用户省心，同时数家自媒体social切入跟进，实现C端圈层突围。
- **618年中大促：**将省心选IP与618大促深度绑定，通过“行家选、产地选、口碑选”三位一体的选品模式，打造“618省心购物节”的概念，突出省心选IP的差异化优势。



阶段二：品牌深化与用户粘性提升

a. 双11国际化品牌曝光：

策略：通过纽约时代广场纳斯达克大屏曝光，提升品牌国际化形象。

创意：省心选IP标杆商家集体亮相纳斯达克大屏，打造省心商家呈现“省心购物节”的概念。

执行：制作品牌海报，展示省心选IP的核心价值和国际化形象，提升品牌曝光度。



b.行家短视频全网发布:

策略: 通过短视频平台进行内容营销, 提升品牌影响力和用户粘性。

创意: 以真实场景展示行家人设特点, 增强省心选IP的可信度和吸引力。

执行: 制作系列短视频, 抖音、快手、微博等平台进行短视频投放和话题营销, 吸引用户讨论参与; 邀请行业媒体进行内容推广, 提升品牌影响力。



c.核心媒体全面解读：

派代、剁椒、倪叔的思考暗时间三家行业头部自媒体深度解读电商双11业绩



双11落幕，这个电商平台成了黑马

原创 林霞 派代 2024年11月15日 23:51 广东 20人

近日，电商行业的双11盛宴，正式宣告落幕。今年，派代观察到，除了传统电商平台激烈角逐外，还有一家黑马电商平台悄然崛起。

百度优选“双11省心好物节”期间，平台整体GMV超预期达成。尤其是百度优选推出的省心选IP，对比618活动期间，省心选IP商家整



一场双11漂亮仗，百度电商摸索出了“行家”式解题思路

原创 剁椒团队 剁椒Spicy 2024年12月06日 15:32 北京 3人

作者|郭吉安

非标类商品正在百度直播间迎来销量爆发。

今年双11期间，百度站内珠宝文玩订单量同比提升165%，服饰鞋包类GMV环比提升100%，省心选IP整体GMV环比提升更是高达674%.....剁椒Spicy观察到，越来越多垂类商家、尤其是非标类目的中小商家，正在百度直播间内养着忠实用户。

这背后，是不断打磨的“省心选IP”在发挥强价值。

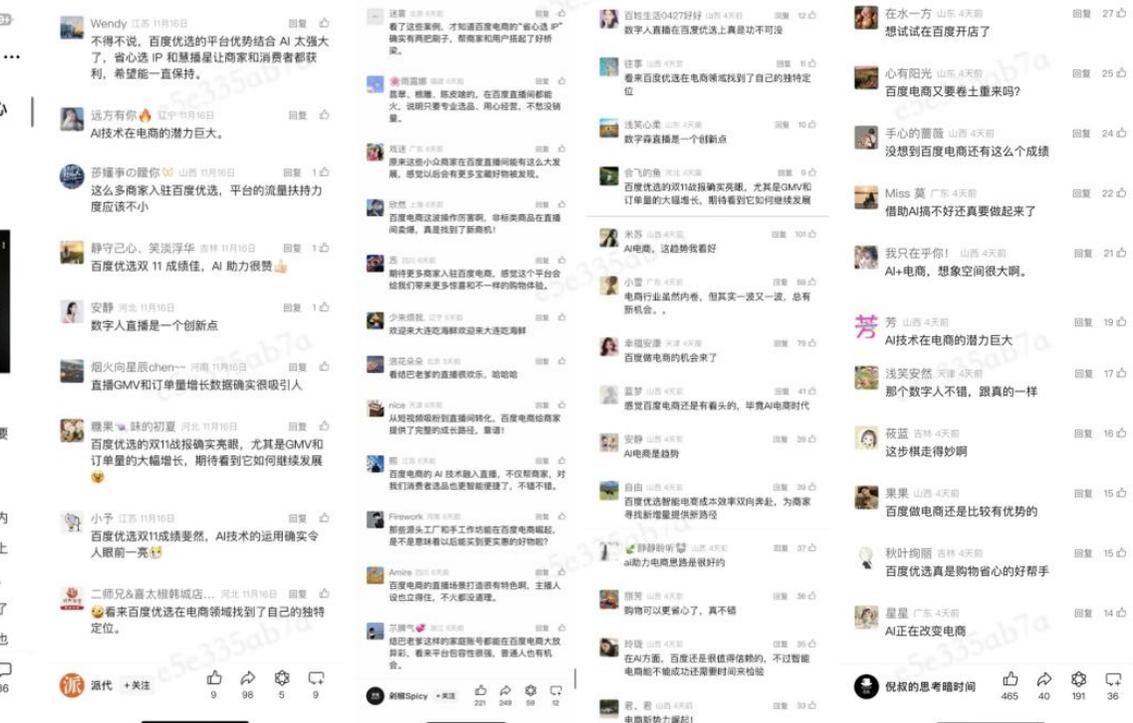


电商竞争要素骤变，行业进入省心时间

原创 倪叔 倪叔的思考暗时间 2024年12月08日 21:08 浙江 18人

最近从各种途径都透露着一个信号：电商要大变了。

主要是这样几个方面：第一，告别价格内卷，随之而来的是过去一段时期内屡屡登上热搜的负面价值要退出舞台，比如仅退款。第二，流量回归，曾经的电商巨头们经过了时间的考验，迎来了消费者的回归，流量也



Wendy 江苏 11月16日 回复 1
不得不说，百度优选的平台优势结合 AI 太强大了，省心选 IP 和慧播星让商家和消费者都获利，希望能一直保持。

远方有你 辽宁 11月16日 回复 1
AI技术在电商的潜力巨大。

莎娅的随你 山西 11月16日 回复 1
这么多商家入驻百度优选，平台的流量扶持力度应该不小

静守己心、笑谈浮华 吉林 11月16日 回复 1
百度优选双 11 成绩佳，AI 助力很赞

安静 河北 11月16日 回复 1
数字人直播是一个创新点

烟火向星辰chen一 河南 11月16日 回复 1
直播GMV和订单量增长数据确实很吸引人

糖果 陕西 11月16日 回复 1
百度优选的双11战报确实亮眼，尤其是GMV和订单量的大幅增长，期待看到它如何继续发展

小予 江苏 11月16日 回复 1
百度优选双11成绩斐然，AI技术的运用确实令人眼前一亮

二师兄&喜大福城店... 河北 11月16日 回复 1
看来百度优选在电商领域找到了自己的独特定位。

送君 北京 11月16日 回复 1
看了这篇新闻，才知道百度电商的“省心选 IP”确实有两把刷子，帮商家和用户搭起了好桥梁。

肖露露 福建 11月16日 回复 1
直播、短视频、拼多多的，在百度直播间都能火，说明只要专业选品、用心经营，不愁没销量。

逍遥 广东 11月16日 回复 1
原来这些中小商家在百度直播间能有这么大发展，感觉以后会有更多宝藏好物被发现。

欣欣 上海 11月16日 回复 1
百度电商这波操作厉害啊，非标商品在直播间卖爆，真是找到了新商机！

高 湖北 11月16日 回复 1
期待更多商家入驻百度电商，感觉这个平台给我们带来了更多惊喜和不一样的购物体验。

少来烦我 辽宁 11月16日 回复 1
欢迎来大连吃海鲜欢迎来大连吃海鲜

荷花朵朵 湖北 11月16日 回复 1
看钱巴老弟的直播很欢乐，哈哈

Kiba 北京 11月16日 回复 1
从短视频直播到直播电商，百度电商给商家提供了完整的成长路径，靠谱！

熊 江苏 11月16日 回复 1
百度电商的 AI 技术融入直播，不仅帮商家，对我们消费者也是更智能便捷了，不错不错。

Firewood 湖北 11月16日 回复 1
那些源头工厂和手工师傅能在百度电商大放异彩，看来平台包容性很强，普通人也有机会。

Amire 四川 11月16日 回复 1
百度电商的直播场景打造得很有特色，主播人设也立得住，不火都没道理。

艾斯气 浙江 11月16日 回复 1
超爱这种这样的商家账号能在百度电商大放异彩，看来平台包容性很强，普通人也有机会。

百胜生活0427好好 山西 4天前 回复 12
数字人直播在百度优选上真成功不可没

往事 山西 4天前 回复 11
看来百度优选在电商领域找到了自己的独特定位

浅笑心安 山西 4天前 回复 10
数字屏直播是一个创新点

会飞的鱼 浙江 4天前 回复 9
百度优选的双11战报确实亮眼，尤其是GMV和订单量的大幅增长，期待看到它如何继续发展

米苏 山西 4天前 回复 7
AI电商，这趋势我看好

小望 广东 4天前 回复 6
电商行业虽然内卷，但其实一波又一波，总有新机会。。

幸福安康 天津 4天前 回复 7
百度电商的机会来了

蓝梦 山西 4天前 回复 4
感觉百度电商还是有看头的，毕竟AI电商时代

安静 山西 4天前 回复 3
AI电商是趋势

自由 山西 4天前 回复 3
百度优选智能电商成本效率双向奔赴，为商家待找新增量提供新路径

静静的新琴 山西 4天前 回复 3
AI助力电商真是很好的

熊芳 山西 4天前 回复 3
购物可以更省心了，真不错

阿强 山西 4天前 回复 3
在AI方面，百度还是最佳合作伙伴，不过智能电商能不能成功还要看时间检验

君 山西 4天前 回复 3
电商新势力崛起！

在水一方 山东 4天前 回复 27
想试试在百度开店了

心有阳光 山东 4天前 回复 25
百度电商又要卷土重来吗？

手心的葡萄 山西 4天前 回复 24
没想到百度电商还有这么个成绩

Miss 莫 广东 4天前 回复 22
借助AI搞不好还真要做起来了

我只在乎你！ 山西 4天前 回复 21
AI+电商，想象空间很大啊。

芳 山西 4天前 回复 19
AI技术在电商的潜力巨大

浅笑安然 天津 4天前 回复 17
那个数字人不借，跟真的一样

薇蓝 吉林 4天前 回复 16
这步棋走得妙啊

果果 山西 4天前 回复 15
百度做电商还是比较有优势的

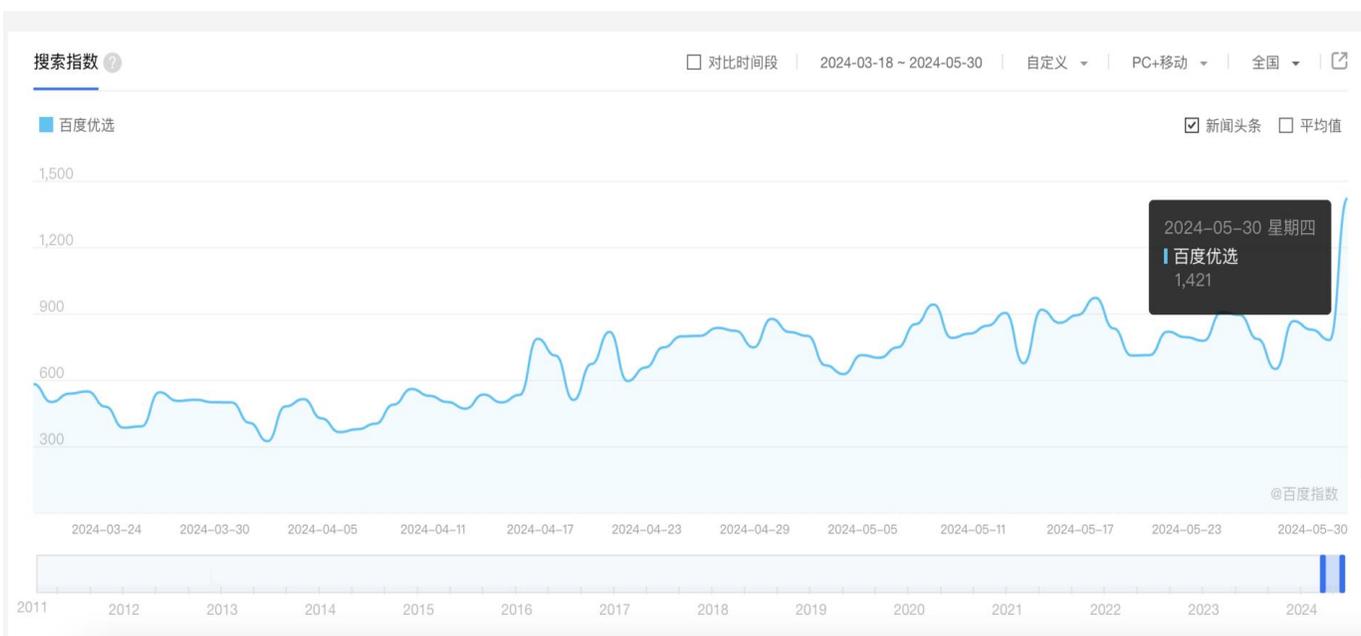
秋叶绚丽 吉林 4天前 回复 15
百度优选真是购物省心的好帮手

星星 广东 4天前 回复 14
AI正在改变电商

倪叔的思考暗时间 465 40 191 36

阶段一：品牌认知与市场渗透

- 会议营销：**省心选传播声量共计14307篇次，品牌微信指数日环比增长17倍，百度搜索指数为近2月来峰值。同时通过场景化品牌TVC、KOL种草、圈层媒体解读、微博话题等方式，实现品牌曝光超百万，微博同城热搜榜第4，向用户成功传递《百度优选·省心选》品牌价值，用户评论情感倾向多为好评，C端影响力提升。
- 618大促活动：**行家选店铺订单量提升89%；产地选店铺GMV提升70%；口碑选新客增长129%。



阶段二：品牌深化与用户粘性提升

- **a. 国际化品牌曝光：**内外反馈超预期！省心选12名标杆商家集体亮相美国纽约时代广场纳斯达克大屏，品牌国际化形象显著提升，总曝光50W。内部电商同学讨论热烈，商家振奋不已，反馈积极澎湃，对此次曝光所带来的品牌提升及市场影响力积极点赞，第一时间发布朋友圈自发传播。商家反馈：“省心选IP为我们带来了巨大的流量和销售增长，尤其是在618和双11期间，订单量和GMV都有显著提升。通过与省心选IP的合作，我们的品牌知名度和用户忠诚度也得到了显著提升。”商家反馈：“省心选IP的国际化品牌曝光策略非常成功，我们在纽约时代广场纳斯达克大屏亮相后，知名度显著提升，用户更加信任，销量也有了显著增长。”
- **b. 视频内容营销：**内容力、故事性、话题性、人设感、经营力、行业品类丰富度等角度着手，珠宝、服饰、美食三大行业垂类选取@璟睿翡翠雕刻、@阿美原创设计、@结巴老爹三位商家/达人实地拍摄定制化视频，TOC市场渗透百度优选省心选核心价值。视频总曝光1906W，总互动3348，视频发布后品牌微信指数提升迅猛，最高值达到19.2W（近一个月均值613.7），百家号开屏、内部各大资源位第一时间同步上线，大百度、百度app、百度贴吧、百度文库、百度网盘、百度校园、爱企查、百家号、爱采购、百度电商学苑、百度百科等兄弟账号矩阵式转发，showcase视频被评价『既好看又有烟火气』。
- **c. 媒体报道反馈：**电商行业头部自媒体深度解读电商双11业绩，表示百度电商成长路径完善，小众商家实现爆发，普通人也有机会；更多消费者认可百度优选是省心购物的得力助手。媒体评价百度电商行家式解题思路，带领行业进入省心时间；双11期间中国日报、中华网、搜狐网、腾讯网、凤凰网、北青网财经、中国电商网、中国经营网等数10家央级媒体、主流商业媒体、电商媒体等纷纷报道。

整体业务效果：从0到1场景化搭建IP体系，引进孵化非遗传承人、资深美食达人、资深服装设计师、皮肤管理师等20个行业专家，聚焦海宁皮草、濮院羊毛衫、东北大米、长白山人参、顺德香云纱等20+源头产地100余特色商家，三大IP用户复购率领跑大盘。对比618活动期间，整体GMV环比提升674%，整体订单量环比提升594%。行家选商家GMV环比提升1924%，商家订单量环比提升993%，开播数量提升650%；产地选商家GMV环比提升1789%，订单量环比提升1092%，商家开播数量环比提升450%；口碑选商家GMV提升218%，订单量提升307%。