

京东厨卫 “理想厨卫实验室”

- ◆ **品牌名称：**京东厨卫
- ◆ **所属行业：**家居类
- ◆ **执行时间：**2023.04.05-04.10
- ◆ **参选类别：**家居类

- 厨卫空间作为人们生活空间的重要组成部分，同时厨卫品类也成为了用户的新的关注点，用户希望通过众多的厨卫产品，**构建自己的专属厨卫空间**，实现自己对个性化生活的追求。
- 厨卫品类作为京东的王牌品类，凭借其**齐全的产品储备及优秀的配套服务**，收获了良好的用户口碑。
- 此次京东厨卫品类想通过“**厨卫品类日**”活动作为线索，寻找**联动线上与线下的全新玩法**，为品类创造更多价值。

- 围绕“厨卫品类日”这一活动，线上进行活动大事件传播，通过不同的传播内容，为品牌产品提供更多的曝光机会，吸引更多的用户聚焦品类活动，引流站内实现价值转化。线下联合京东超体举办限时快闪活动，将三大主题厨卫空间落地线下，帮助用户圆梦理想空间，吸引用户线下打卡，引起讨论热潮，发现新势厨卫的亿种可能！

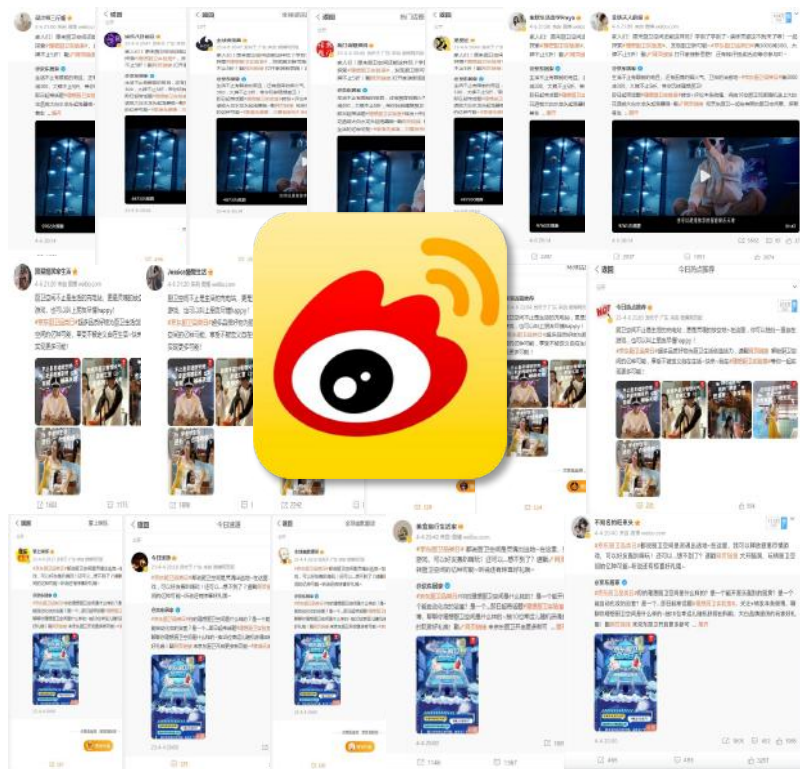
核心策略1：创意TVC内容全网传播，打响“厨卫品类日”活动第一声，强化用户品类日IP认知，收获更多的用户声量。

核心策略2：话题征集互动，携手用户共同打造活动生态，让用户从“接收者”转变为“分享者”，丰富活动内容，发现更多的品类接触机会。

核心策略3：线下快闪活动，打破营销次元壁，将众多的趋势场景线下落地，让用户感知到活动、产品的同时，也体现了京东厨卫的专业形象，进一步强化了品牌建设。

站内打造特色会场页面：采用新潮的蓝色为主色调，带给用户一种新奇、格调的心理感受；画面多使用显示屏、电线、机械等元素组成，构造一种贴合主题“理想厨卫实验室”的科技感；多样趋势场景带领用户沉浸式选购，感受不同厨卫空间带来的生活乐趣。





微博话题爆发

创意tvc、场景海报、活动征集齐发力，解锁理想厨卫实验室；



小红书深度种草

达人矩阵联合发力，深度种草新势厨卫好物
优质内容吸引用户购买；



B站沉浸式体验测评

与垂类UP主深度共建，沉浸式体验厨卫好物
分享真实心得，强化用户认知；

厨卫品类日创意tvc: <https://easylink.cc/237fmt>



京东厨卫品类日线下快闪活动：

- 北京京东总部线下内购活动如期在北京进行，趣味VR互动、趋势样板空间、专属内购福利、超值低价货品、大牌奖品兑换引起广泛兴趣和热情好评；
- 沈阳超体线下快闪活动成功落地，现场VR游戏、可爱娃娃机、漫画拍照机为活动增添玩趣吸引力；风格空间、精品展区引发大量用户驻足围观，积极探索询问货品；



- 微博渠道联动200+位平台KOL+KOC，共同传播,相关话题曝光**9000W+**，互动**40000+**，项目达成**150%**。
- 站内活动页面收获UV **640000+**，**ROI≥5**，众多渠道齐齐引流，让更多的用户参与到活动当中。
- 组建小红书达人矩阵，帮助主推品类进行小红书渠道全域种草，活动期间，种草内容总曝光**50000+**。
- 与B站家装垂类达人深度共建，强化用户认知，持续发酵。内容总播放量**50000+**，点赞数**1000+**。
- 线下快闪活动观众数达**15000+**，引起用户热议反响，为用户的厨卫空间带来了全新的灵感方向。