

全民外交家 万人出行计划

- ◆ 品牌名称: diplomat外交官
- ◆ 所属行业: 箱包行业
- ◆ 执行时间: 2023.05.01-08.01
- ◆ 参选类别: 电商营销类

项目背景与挑战：疫情后出行趋势增长，搜索流量承接之外，在品宣投入预算不足情况下如何抓住红利获得更高增长



22 年7月以来，随着慢慢回暖的旅游市场
压抑已久的出行需求，迎来全面爆发

外交官作为历史悠久的旅行箱品牌，
品宣的投入一直不多，作为天猫旗舰店的经销
服务商，如何抓住这波机会获得更高增长？

流量突破增长策略：

以 **全民出行化身外交家** 为概念

All IN短视频内容，多维度产出短视频

增加种草，焕新品牌内容，全面刷新消费者体验，

外交官品牌发起

全民外交家 万人出行计划

全网征集外交官时尚出行视频 记录重燃出发的全新生活

海量年轻出游视频爆发 全面刷新品牌印象

机遇：天猫首页流量改版，短视频整体占比提到70%以上

有短视频的商品将优先透出



左边没价格的是全屏页视频，右边有价格的是商品，商品点进去是微详情页



左边尺寸3:4，右边尺寸1:1。大尺寸的主图，更直观的展示商品，占屏面积大，曝光点击率大

短视频流量提升，爆款流量推荐逻辑



➢ 微详情页短视频的流量将是商品坑的**2倍**以上，覆盖视频才是流量王道



➢ 短视频流量分配重点与“消费时常（观看时长）”“完播率”“商品成交”等维度挂钩

搜索“内容化”，短视频一次发布多处展现



• 搜索短视频流量口子放大。前端搜索关键词下**短视频内容占比有较大提升**（由1%提升至**4%**左右）

• 通过光合平台发布的短视频，**可被随机抓取到搜索版块**，进行展现
• 未来需积极布局短视频，抓住风口

• 官方推荐类型：①百科/新趋势 ②内容攻略/测评类 ③攻略/清单类。**可有效推动高意向人群的后链路转化**

策略及目标：紧抓4个流量爆款输出创作，为前端转化夯实基础

New
W
趋势

围绕新趋势的场景
制定内容策略

- 爱用好物分享
- 颜值即正义
- 大容量行李箱
- 多功能行李箱



New
W
热点

围绕新热点的场景
拉进新流量

- 留学行李巨能装
- 登机箱新选择
- 露营出行
- 大学生返校
- 明星同款



(视频源文件和链接已上传至附件)

营销关键：做好三类视频的生产与分发，是外交官的营销关键

商品视频

种草视频

攻略视频

是什么

更聚焦产品本身“短而精”的视频

“讲故事”型短视频，找准TA一对一心智种草

围绕消费行为后链路，帮助推动购买决策

怎么做

紧紧围绕产品卖点进行快节奏种草
配合视觉上更直观的产品展示

- 1) 找准目标用户：视频做给谁看？
- 2) 分析偏好：他们会被什么样的内容所吸引？
- 3) 设置相应的拍摄场景、封面、标题

基于店铺沉淀下来的种草人群体量，围绕店铺尖货，生产选购攻略、专业测评等内容，加速消费者被种草后的消费决策

做什么

◆ 纯产品展示

产品的视频说明书
包括：外观、尺寸、颜色、功能、价格等

◆ 品牌背书

品牌故事引入，为产品附加品牌价值，
高端品牌、品质之选

◆ 新品上市

新品上市，咨询预告

◆ 场景展示

还原使用场景，唤醒购买/换新需求

◆ 沉浸式收纳

行李箱收纳，搭配热门bgm，或收纳快剪

◆ 出行OOTD

模特出境以各种风格的穿搭搭配
行李箱，打造产品时尚高颜值

◆ 好物推荐

自用产推荐，卖点高密度输出

◆ 行李箱DIY

年轻人热衷的行李箱装饰形式，贴纸DIY或涂鸦等

◆ 挑选攻略

行李箱怎么选？这几个维度要看好

◆ 购物清单

大促、出差、开学季……
特定场景买什么？

◆ 产品测评

产品好在哪？值不值得买，多维度横向对比

◆ 省钱攻略

高客单产品，实惠购物
最少的钱，买到最高品质的产品

在哪发

核心展现渠道：猜你喜欢

核心展现渠道：猜你喜欢
有机会被抓取到：逛逛

核心展现渠道：猜你喜欢
有机会被抓取到：搜索短视频

传播创意：外交官核心四大要素，层层新意打造爆品

猎 奇 心

新奇亮点的内容，
快速浏览中获取停
留时长，满足猎奇
心，够惊艳够出彩

快 节 奏

快节奏的丰富内容
穿插，亮点在15秒
内爆发，减少受众
注意力分散

代 入 感

从生活出发，多维
度切入产品，增强
代入感，增强用户
参与感

引 共 鸣

为用户提供情绪价
值，引发共鸣，共
情心理，提供冲动
下单的可能

创意落地：营销话题组建，打造消费习惯思维路径

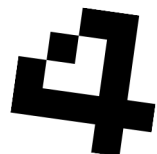
产品基础属性，日常出行好伙伴



宝藏行李箱大赏



颜值即品味，好看好用好装才对味



大标签划出重点，开启出行生活更多可能

- ✓ 视角：用户视角、产品视角
- ✓ 卖点：使用、功能展示
- ✓ 拍摄：产品运镜、人物出镜叙述
- ✓ 讲述：疑问式、感叹式



项目效果：短视频各项维度数据，“种草拔草”双效增长

查看量



近30天查看人数共**30w**
较前30日上涨**46.92%**

曝光量



近30天曝光人数共**12w**
较前30日上涨**52.32%**

加购量



近30天加购人数共**1.1k**
较前30日上涨**38.57%**

成交额



近30天种草金额共**41w**
较前30日上涨**33.06%**

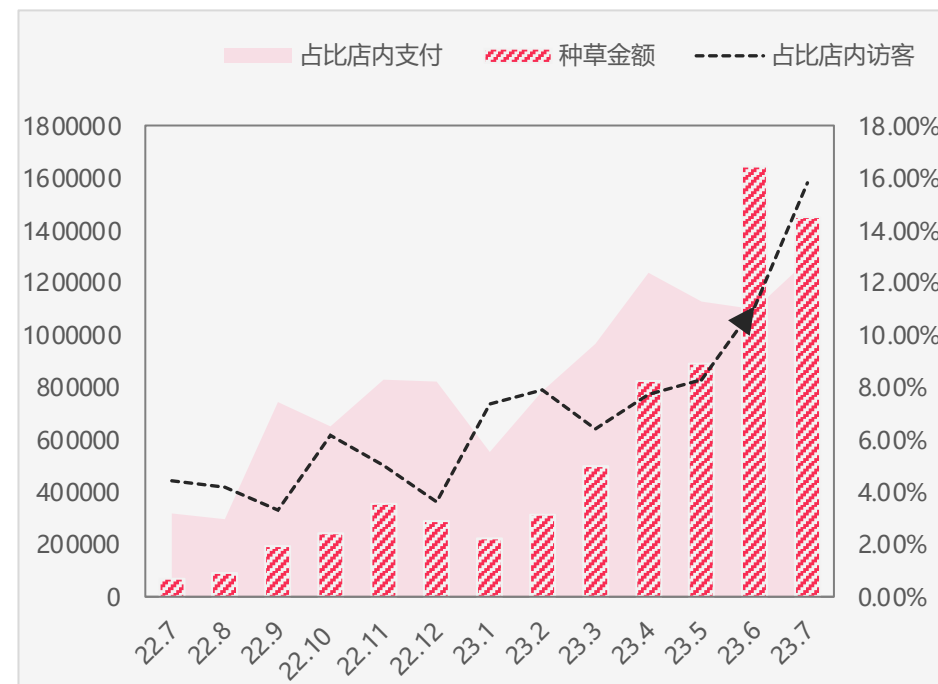
项目效果：优质内容增加投放，种草引导购买趋势逐渐走高



22年7月-23年7月数据总览中可以看出，各项数据均在稳步上升

成交金额占比全店提升**9.66%**

短视频访客数占比全店访客数提升**11.38%**



22年7月-23年7月数据总览

项目亮点：618大促期间，小投入拿下行业榜单TOP



以内容带导购，铺量逛逛渠道

以“多维展示、凸显质感”的形式触发大众兴趣、实现
电商渠道对客沟通新语言，配合大促氛围逼单，帮助外
交官快速破圈。

ROI 1:10 •

高价值回报率

CPA : 2元 •

快速活跃用户

种拔一体 •

品销协同

GMV:

***4*,504**

店铺引流:

***3*,69**

视频曝光数

***6*,389**

2023年1-7月天猫旅行箱品牌官旗GMV增幅

