

I Do-超级新品引爆全域营销

- ◆ 品牌名称: I Do
- ◆ 所属行业: 珠宝行业
- ◆ 执行时间: 2020.04.23-05.10
- ◆ 参选类别: 场景营销类

珠宝行业普遍面临消费场景受限，人群难以持续运营的痛点

钻石饰品行业

受限于
婚嫁场景

消费者大多在准备结婚阶段
会集中购买钻石饰品
在其他场景和阶段
并未受到市场教育

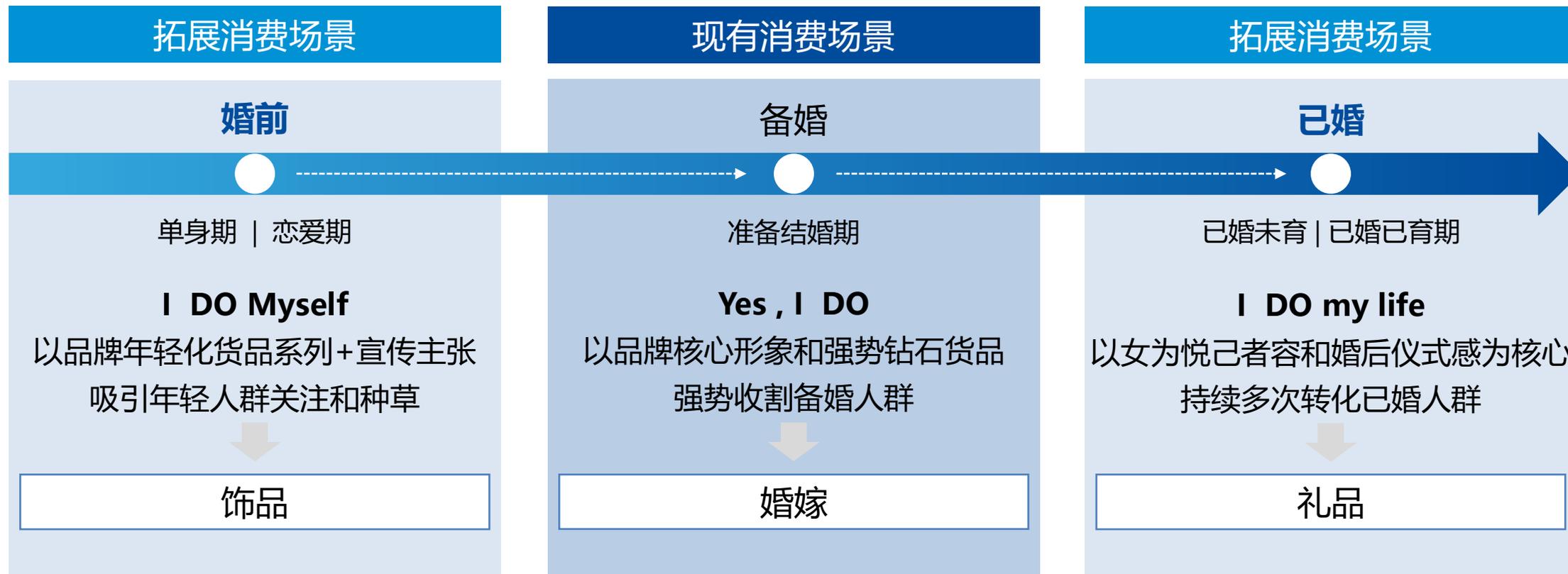
礼赠为主
自用较少

消费者同时会在节日送礼期间
购买钻石饰品
但并未有悦己的心智
也未有饰品搭配的意识

没有复购
一笔买卖

受制于场景单一现状
消费者一生仅购买1-2件钻石饰品
不会不断复购迭代
消费者运营成为难点

消费者全人生阶段拓展和运营, I DO开启全新征程



借力天猫超级品牌日，精心打造超级新品渗透更多人群

“Boom瓷”系列对戒



创新材质

陶瓷材料的创新应用

超级品质

18K金+钻石镶嵌

超级价格

超级品牌日独家惊喜价格

天猫超级品牌日



“Boom瓷”系列吊坠



“Boom瓷”系列吊坠

消费者全人生阶段渗透

- 1 超级品牌日完成19年双11GMV
- 2 品牌新客渗透提升150% (vs双11)
- 3 超级新品系列完成1000万GMV
- 4 站外媒体总曝光PV达到1亿

借力天猫超品日，精心打造超级新品渗透更多人群

立体货品矩阵

传播主力

Boom瓷

场景拓展

饰品

转化担当

婚嫁

优质权益

新品无门槛优惠券
满1999-1000



其余店铺售卖款
满减券/裂变分享券



人群瞄准采猎

全域人群分层渗透

+

策略人群人货场匹配

机会人群拓展

单身男

单身女

恋爱男

恋爱女

核心人群渗透

准备结婚男

已婚未育男

已婚已育男

已婚已育女

全域传播内容

站外

年轻人玩法全维击破

BOOM瓷云发布狂欢夜

年轻人社交渠道霸场

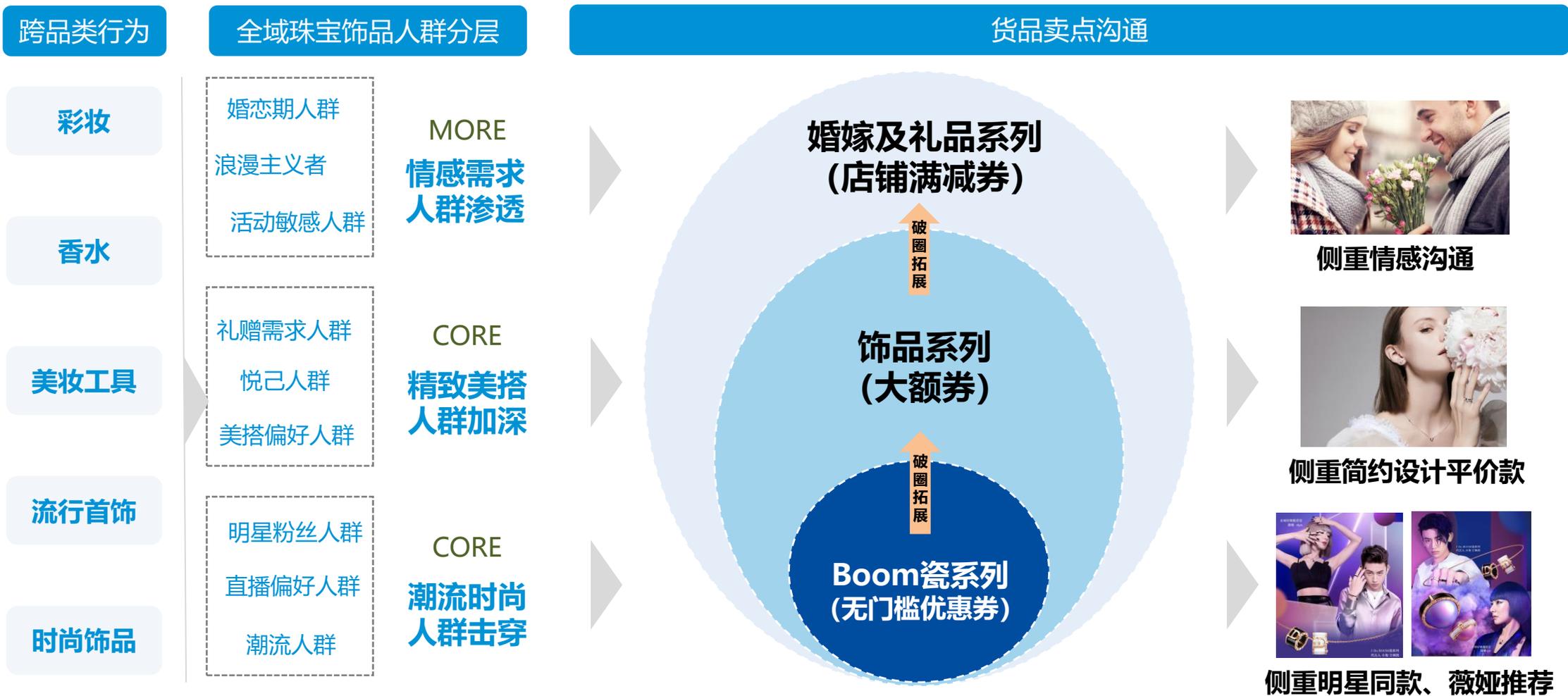
站内

超品日流量爆发

小鬼&薇娅双代言

媒体联动强势收割

货品力破圈层层拓展，全域珠宝饰品人群击穿



洞悉消费者内核情感诉求，人货场匹配精准采猎

需求场景	需求人群	货品匹配	沟通方向
取悦女神	单身男送女神		表白女神必备
取悦伴侣	已婚男送妻子		我愿意永远守护你
取悦爱人	恋爱男女情侣款		天生一对
自我成就	单身女送自己		I DO Myself
自我愉悦	已婚女送自己		宠爱自己

线上活动预热期：品牌年轻个性主张宣传，年轻人群心智初设

数十个媒体APP矩阵



打造电商平台外亿万级海量曝光



线下活动及门店全程助力



门店集客路演魔性舞曲标配呈现



品牌符号植入全国线下门店承接

线上活动预售期：品牌年轻化全面发声，年轻人群心智强化

#I DO Boom瓷#创造计划
全面开启，四大阵地联合发声

小鬼空降薇娅直播间
合作宣发Boom瓷超级新品

店铺自播持续运营
承接大V直播间流转流量



线上活动爆发期：品牌high夜打造全民狂欢，社交媒体全面发酵

云端直播狂欢派对



微博大Vboom瓷团传播



近百家媒体发稿推高话题营销



[I Do BOOM瓷狂欢夜云端引爆, 天猫超级品牌日火热来袭](#)

拒绝枯燥的云直播发布——I Do BOOM瓷狂欢夜, 全新I Do BOOM瓷系列燃爆上市。次日... I Do BOOM瓷戒指'Yes, I Do'指间交叠, 旋转之间凝聚浓烈爱意, 闪耀之间点燃电光火石...

[www.haibao.com/article/2494544.htm - 快照 - 海报网](#)

[I Do BOOM瓷狂欢夜_腾讯视频](#)

立即观看 上传时间: 2020年5月9日
I Do BOOM瓷狂欢夜 2020年05月09日发布 I Do BOOM瓷狂欢夜正式开启! 详情 收起 undefined的影评 软件下载 手机版 Windows版 Mac...
[v.qq.com/x/page/n09633maa13... - 快照 - V 腾讯视频](#)

[打造跨时空电音盛宴I Do BOOM瓷狂欢夜云端_光明网](#)

2020年5月12日 - 敢BOOM瓷, 就I Do! 5月9日, 备受年轻人喜爱的珠宝品牌I Do于线上平台带来一场颠覆传统、拒绝枯燥的云直播发布——I Do BOOM瓷狂欢夜, 全新I Do BOOM瓷系列燃爆上市...

[打造跨时空电音盛宴I Do BOOM瓷狂欢夜云端_腾讯网](#)

2020年5月13日 - 敢BOOM瓷, 就I Do! 5月9日, 备受年轻人喜爱的珠宝品牌I Do于线上平台带来一场颠覆传统、拒绝枯燥的云直播发布——I Do BOOM瓷狂欢夜, 全新I Do BOOM瓷系列燃爆上市...



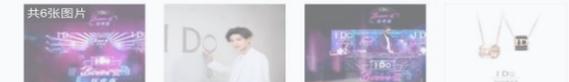
[I Do BOOM瓷狂欢夜云端引爆, 天猫超级品牌日火热来袭_珠宝_风尚...](#)

2020年5月11日 - 敢BOOM瓷, 就I Do! 5月9日, 备受年轻人喜爱的珠宝品牌I Do于线上平台带来一场颠覆传统、拒绝枯燥的云直播发布——I Do BOOM瓷狂欢夜, 全新I Do BOOM瓷系列燃爆上市...

[www.smartsh.com/trends/20200511/6383... - 快照 - 她时代](#)

[I Do BOOM瓷狂欢夜云端, 天猫超级品牌日火热来袭](#)

2020年5月10日 - 本文转自: 敢BOOM瓷, 就I Do! 5月9日, 备受年轻人喜爱的珠宝品牌I Do于线上平台带来一场颠覆传统、拒绝枯燥的云直播发布——I Do BOOM瓷狂欢夜...



为爱狂欢 Boom瓷

线上活动爆发期：阿里电商平台聚集全网流量，媒介触达引爆销售



阿里平台站外—线上

媒体矩阵曝光人群



数据回流品牌数据银行

阿里平台站外—线下

历史留存会员人群



阿里平台站内营销工具触达人群

引导人群购买转化

产出人群



潮流饰品
兴趣人群



小鬼/王琳凯
粉丝人群



薇娅
粉丝人群

媒介触达



淘宝/天猫直通车
阿里妈妈旗下产品



智·钻
阿里妈妈旗下产品



超级推荐



品牌销售力、货品力、渗透力与营销力全面迸发，斩获“双料冠军王”称号



钻石品类

品牌销量+销售额

双料冠军

销售力

GMV达成率**1XX%** (远超19年双11)

超品期间完成2019年**4X%**年销售额

渗透力

品牌新客渗透提升**2XX%+** (远超预期)

超品爆发当天, A资产爆发增长**7X**倍



珠宝品类

品牌销量+销售额

双料冠军

货品力

Boom瓷新品销售占全店销售**5X%**以上

拉动全线销售, 带来**5X%+**预期客单提升

营销力

站外媒体总曝光PV**亿级**

薇娅Boom瓷直播当日入店UV超**百万**

品牌消费场景拓展和运营已见成效

阶段人群拓展

婚前单身恋爱人群运营

9X倍

超品期间单身恋爱
成交人群数量提升9X倍
(vs 双11)

女性自用场景拓展

单身、已婚女性人群运营

5.XX倍

超品期间单身女、已婚女
成交人群数量提升5.XX倍
(vs 双11)

消费者复购

饰品多次购买

3X%+

前序购买人群超品期间
Boom瓷购买人数占全店
货品购买人数3X%以上