



立白WIFI洗衣凝珠
“洗衣不烦 立白一颗搞定” 整合数字营销
品牌：立白



项目核心目标

liby立白集团

通过创意+种草双线内容爆发
在双11之际力争**将立白WIFI洗衣凝珠塑造为热销爆品**

创意内容线

携金靖打造系列创意短视频
精准沟通目标人群
快速提升产品认知心智



种草内容线

借助KOLKOC深度沟通产品优势
扩大外围产品口碑效应
加快引导消费决策

主要传播内容

liby立白集团

多元创意持续冲击消费者的感知力，强化产品认知兴趣
据不完全统计，传播期间共产出超过160个视频素材、超过1000张平面素材



整体营销节奏

liby立白集团

传播周期	2021年10月10日-2021年11月11日	
核心话题	洗衣不烦 立白一颗搞定	
传播时间	第1阶段 声量打造期，以品带效	第2阶段 销量冲击期，全力提效
核心事件	金靖官宣话题活动爆发，《妈妈篇》&《老公篇》&京东ID释放 抢占产品认知，为双11蓄水	病毒视频《老公篇》&天猫ID释放 夯实产品认知，站内外联动合力冲击双11销售
传播内容	<p>金靖官宣 创意正片《妈妈篇》 京东ID 创意正片《老公篇》</p> <p>创意预告片 活动福利互动 直播预告 金靖直播</p>	<p>创意正片《领导篇》 创意促销片</p> <p>天猫ID</p>
渠道落地	京东、抖音  抖in生活范儿	天猫、京东  

项目成果一览

liby立白集团

传播期间立白位居家清洗衣行业社交热度趋势**NO.1**

立白凝珠线上全渠道GMV同比增长**151%**，实现双11凝珠品牌销量**TOP1**

其中第1阶段即**双11前**，销售淡季打出一波销售小高峰，实现**双十一销售前置**

NO.1

品牌声量

7.5亿+

品牌曝光

110%

京东销售达成

101%

天猫销售达成

110%

抖音销售达成

9.8w+

品牌增粉

项目成果一览

liby立白集团

传播期间立白WIFI洗衣凝珠线上全渠道GMV达2583万元

多次冲上天猫&京东双十一榜单前列，成为三腔洗衣凝珠新品黑马

天猫榜单
浓缩洗衣凝珠热销榜
累计热销 029107 件
综合商品近7日销量与成交金额排序，每天0点更新

双11加购榜 热销榜 好评榜 回购榜

京东排行榜
三色洗衣凝珠榜
热卖榜 依据11.11期间销量与销售额 | 实时更新

总榜 三色凝珠 国产凝珠 双色凝珠 深层洁净

立白 立白 除菌柔顺洁净洗衣凝珠...
快速洗净 抑制细菌 浓缩配方
273.2万人买过 | 11.11期间售出2.6万件

2件预估单价
¥44.9 满199减80

天猫榜单·洗衣凝珠好评榜

双11加购榜 热销榜 好评榜 回购榜

10 30天好评率99.8%

双11 除菌柔顺洁净洗衣凝珠

1.4万人好评

东西收到了，之前买过一次用的非常好，回购

¥69.9 ¥89.9 每200减30 去购买

天猫榜单·洗衣凝珠加购榜

双11加购榜 热销榜 好评榜 回购榜

11 1716人已加购

双11 立白三效合一凝珠

9**慧 3分钟前加购
味道很好闻!

¥69.9 ¥99.9 每200减30 去加购

TOP 01 综合热销指数7.2

双11 除菌柔顺洁净洗衣凝珠

好**3 24小时前付款
一如既往的好，以前龙推广买了一些，用着挺好的，再来...

¥79.9 ¥89.9 每200减30 去购买

天猫榜单·洗衣凝珠热卖榜

双11热卖榜 双11加购榜 热销榜 好评榜

10 综合热卖指数8.6

双11 除菌柔顺洁净洗衣凝珠

莉**a 2分钟前付款
一拆开一股清香味扑鼻而来，挺好闻的，挺不错的

¥69.9 ¥89.9 每200减30 去购买

天猫榜单·洗衣凝珠回购榜

双11加购榜 热销榜 好评榜 回购榜

5 1万人买了又买

双11 除菌柔顺洁净洗衣凝珠

8天前购买 | 回购2次

整体评价：产品真心不错，好用又实惠。衣服洗的干净，...

¥69.9 ¥89.9 每200减30 去购买

天猫榜单·洗衣凝珠加购榜

双11加购榜 热销榜 好评榜 回购榜

14 1318人已加购

双11 立白三效合一凝珠

z**i 55秒前加购
290个有眼光的剁手党在过去30天抢购了这个宝贝哟~

¥69.9 ¥99.9 每200减30 去加购

Part 1 品牌声量数据表现

立白品牌热度趋势TOP1，领跑其它竞争对手



*数据来源: Yisonar 10月10日-11月11日

营销节奏上立白提前发力，抢占传播先机 在抖音&小红书平台全程强势压制其他竞争对手

10月12日指数 环比 巨量算数 | 抖音指数趋势

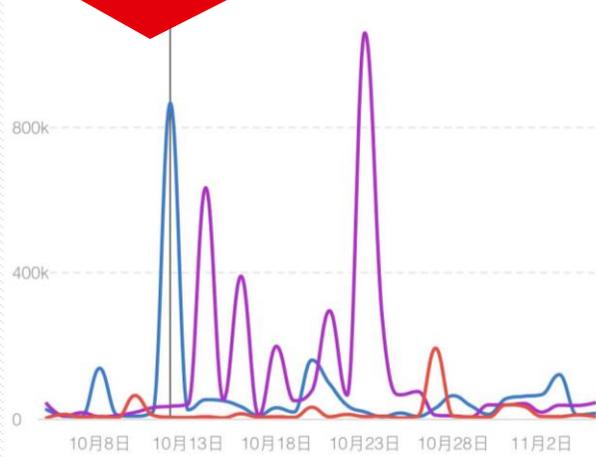
数据来源: 抖音 时间范围: 2021.10.11~2021.11.11

立白	862,329	+4700.58%
奥妙	33,520	+13.26%
蓝月亮	3,448	-62.80%

综合指数

对比词已达上限

10月12日金靖短视频上线当日微博指数环比上涨4700.58%，抢先竞品引爆声量



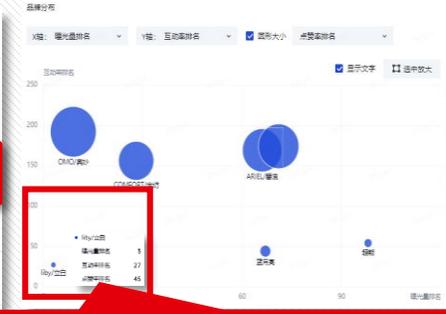
传播期间立白品牌抖音指数趋势始终保持行业领先



立白在抖音的互动指数 日化个护排名TOP1



立白在抖音的有效观看 日化个护排名TOP2



立白在抖音的曝光、互动率、点赞率 日化个护排名TOP1



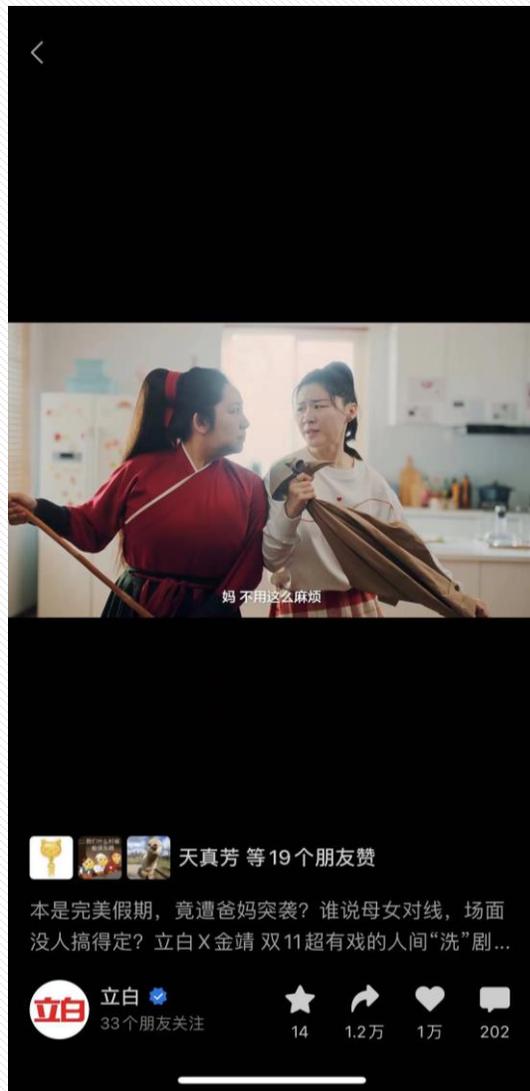
【洗衣凝珠】搜索趋势 时间维度: 2021101-20211217
小红书洗衣凝珠搜索热度在双十一呈现爆发式增长



立白洗衣凝珠排名 TOP1, 领跑同行业 其它凝珠品牌

*数据来源: 微博指数 微信指数 巨量算数 巨量云图 小红书

创意短视频《妈妈的洗衣绝学篇》
抖音信息流CTR高达**0.68%**
(同期行业均值0.46%)



创意短视频二次创作
抖音开屏CTR最高达**2.53%**
(同期行业均值1.49%)



观看指引: 微信搜索
立白视频号 →

← 可直接点击播放

小红书种草爆文率达68%

①【家居垂类内容】爆文率高达80%



超爱👍浴室好物大合集 | 实用有趣又平价🔥
一二的鸡腿妈妈 ❤️ 1.2万

懒人清洁神器里的尖子生
这7样必入!!
Lena 🌸 ❤️ 1275

👉件清洁宝藏分享👉精致女孩必备噢👉
肆月家 ❤️ 1142



③【情感/VLOG内容】爆文率67%

双十一浴室里会囤的玩意
urman猫一杯 ❤️ 1.1万

独处的每一天, 也要充实而愉悦哦~
团圆妈妈 ❤️ 1468

北京Vlog 愿你眼眸有星
辰 心中有山海
韩安娜呀 ❤️ 6070

②【个护囤货内容】爆文率67%



双11必囤日用👉实用省钱生活刚需!! 真爱👉
大促好似不要钱
小仙女汁 ❤️ 7237

咱就是说, 11.11女生必囤!! 超实用 生活提高...
Winnie文 ❤️ 2716

双十一囤货清单👉居家好物抓紧拿下!
双十一囤货清单👉居家必备好物没冲的进来看
热心主播杨美丽 ❤️ 2269

双11回购清单!! 回购N次👉空瓶N次!! 绝不厌旧
绵绵啊 ❤️ 1266



下我的膝盖! 这些清洁神器, 也太方便了!
卢大牛 ❤️ 2228



媳妇特长: 洗衣不做饭, 还有随便带孩子...
塔塔俄罗斯人 ❤️ 2342



双十一必入好物分享第二弹👉好用好玩好看
Agent辰辰 ❤️ 1795



Akiiiko的Vlog | Miu Miu精致女孩家居开箱
Akiiiko ❤️ 1299

Part 2 立白凝珠品牌调研

当前从品牌关键指标来看，立白在知名度、美誉度和忠诚度方面均领先于其他品牌，优势明显。

核心指标情况-本期%

% 指标		立白 a	奥妙 b	超能 j	汰渍 c	碧浪 e	雕牌 i	浪奇 k	妈妈壹选 d
知名度	无提示 第一提及	33 <small>b c d e i j k</small>	11 <small>c d e i j k</small>	7 <small>d k</small>	7 <small>d k</small>	8 <small>d i k</small>	5 <small>d k</small>	3	2
	美誉度	85 <small>b c d e i j k</small>	75 <small>d e i k</small>	72 <small>d k</small>	74 <small>d e i k</small>	69 <small>d k</small>	69 <small>d k</small>	59	57
忠诚度	过去6个月最常 使用且以后会 考虑购买	34 <small>b c d e i j k</small>	13 <small>c d e i j k</small>	7 <small>d</small>	8 <small>d i</small>	7 <small>d</small>	5 <small>d</small>	6 <small>d</small>	2
品牌定位感知	年轻的品牌	30 <small>b c i j k</small>	21	21	20	25 <small>i</small>	18	19	24 <small>i</small>
	有效除菌	26 <small>e i j</small>	24	20	23	21	21	23	23
	洁净的	30 <small>b c d e i j k</small>	25 <small>d i k</small>	21 <small>k</small>	23 <small>i k</small>	23 <small>k</small>	19	15	19

字母表示该列数据在置信度90%水平下显著高于字母列数据

基数：所有受访者 N=1001；各期认知立白的受访者(忠诚度)；认知各品牌的受访者(美誉度和品牌定位感知) n=270

参考题目：HQ100a无提示第一提及；Q101e过去6个月最常使用的品牌；Q103d以后会考虑购买的品种；Q106美誉度；Q107品牌联想

© 2021 Nielsen Consumer S.C. All Rights Reserved.



立白洗衣凝珠品牌健康度追踪
<2021年11月期>

致：立白集团
由：尼尔森
2021年12月



*数据来源：尼尔森

和3月相比，消费者对立白高档、让衣物柔顺、有效除菌、创新和保护衣物不变形不变硬的形象感知有所提升。

NielsenIQ

立白品牌形象感知变化%

%	21年3月 (a)	21年11月 (b)
适合我使用的品牌	28	24
广告吸引人	25	27
有效抑菌	27	27
高档的品牌	23	28 a
为我的生活带来便利	24	28
品牌代言人让我更喜爱这个品牌	26	29
产品香型选择丰富	24	26
让衣物柔顺	23	29 a
很多人都在用的品牌	27	28
性价比高	27	30
值得信赖的品牌	28	29
衣物留香持久	22	24
成份天然温和	25	28
专业的衣物洗护品牌	22	26
广告是有趣好玩的	26	26
包装方便操作使用	24	28
有效除菌	21	26 a
凝珠薄膜容易溶解	23	26
年轻的品牌	26	30
每颗凝珠大小合适/用量合适	27	28
产品香型满足我的需求	24	26
创新的品牌	23	29 a
产品包装设计好看/漂亮	28	27
洁净的	25	30
衣物护色防串色	28	26
有丰富的产品系列供选择	26	26
能守护家庭健康的品牌	26	28
有效除螨	23	26
保护衣物不变形变硬	24	28 a

绿色字：产品功效
黑色字：品牌形象

↑ 高
↓ 低
驱动购买重要程度

立白洗衣凝珠品牌健康度追踪
<2021年11月期>

致：立白集团
由：尼尔森
2021年12月

基数：认知各品牌的被访者 参考题目：Q107品牌联想

字母表示该列数据在置信度90%水平下显著高于字母列数据

© 2021 Nielsen Consumer S.C. All Rights Reserved.

*数据来源：尼尔森

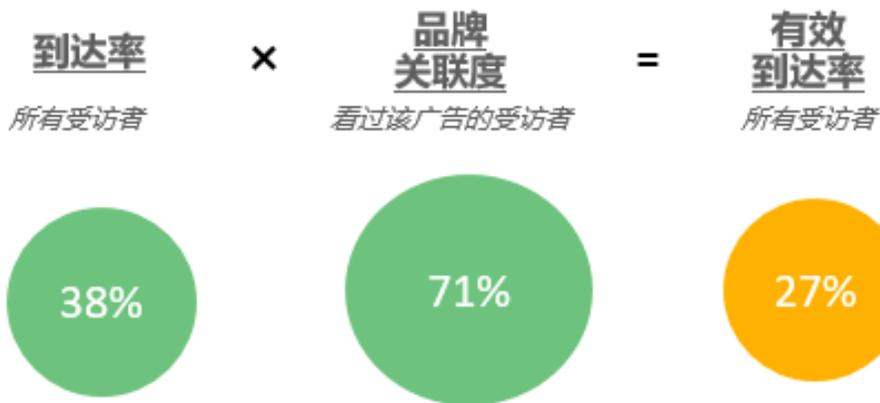
金靖开屏广告到达率接近4成，虽然略低于均值，但其品牌正确关联度达到7成，远高于立白基准值，最终有效到达率表现略高于立白基准值。



立白洗衣凝珠品牌健康度追踪 <2021年11月期>

致：立白集团
由：尼尔森
2021年12月

立白金靖开屏广告到达与品牌链接%



基准值*	41%	57%	24%
------	-----	-----	-----

*注：基准值是基于2016年9月-2021年9月立白品牌健康度追踪（粉/液/精品类）所有测试的广告（N=48）数据的平均值

基数：最近3个月触达开屏渠道（短视频/头条）的受访者 N=737，看过广告的受访者N= 279
参考题目：Q322 广告到达；Q323 广告品牌链接

© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

*数据来源：尼尔森

广告效果理想：金靖开屏广告有助于提高立白知名度、美誉度和忠诚度。

品牌形象方面，广告触达人群对立白形象的感知也优于未触达人群，特别是对核心品牌形象“年轻的^a品牌”、“品牌代言人让我更喜欢这个品牌”、“创新的^a品牌”、“凝珠大小/用量合适”表现出拉升作用。



NielsenIQ

立白洗衣凝珠品牌健康度追踪
<2021年11月期>

致：立白集团
由：尼尔森
2021年12月

广告对立白关键KPI的影响%

%	看过 (a)	没看过 (b)	提升效果 (看过没看过)
基数	279	458	
知名度 (无提示第一提及)	48 b	26	+12
总体认知	93 b	71	+22
美誉度	92 b	81	+11
忠诚度	52 b	24	+28

广告对立白品牌形象的影响%

%	看过 (a)	没看过 (b)	提升效果 (看过没看过)
基数	259	327	
品牌代言人让我更喜爱这个品牌	34 b	23	+11
广告是有趣好玩的	31 b	24	+7
有效除菌	29	24	+5
凝珠薄膜容易溶解	30 b	23	+7
年轻的 ^a 品牌	35 b	26	+9
每颗凝珠大小合适/用量合适	33 b	25	+8
创新的 ^a 品牌	35 b	27	+8
产品包装设计好看/漂亮	31 b	23	+8
洁净的	33	26	+7
能守护家庭健康的品牌	34 b	25	+9
有效除螨	31 b	24	+7

↑ 高
↓ 低
重要程度
驱动购买

备注：篇幅所限，只放广告显著提升的形象，或立白核心形象

基数：最近3个月触达开屏渠道（短视频/头条）的所有受访者/品牌认知者
参考题目-Q25 R1-品牌无提示第一提及，Q26品牌总体认知，Q36-对品牌的喜欢程度，Q28a-品牌联想

字母表示该列数据在置信度90%水平下显著高于字母列数据

© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

*数据来源：尼尔森

广告有效传达了“洗衣服轻松方便一颗搞定”、“7天持久留香”等信息。

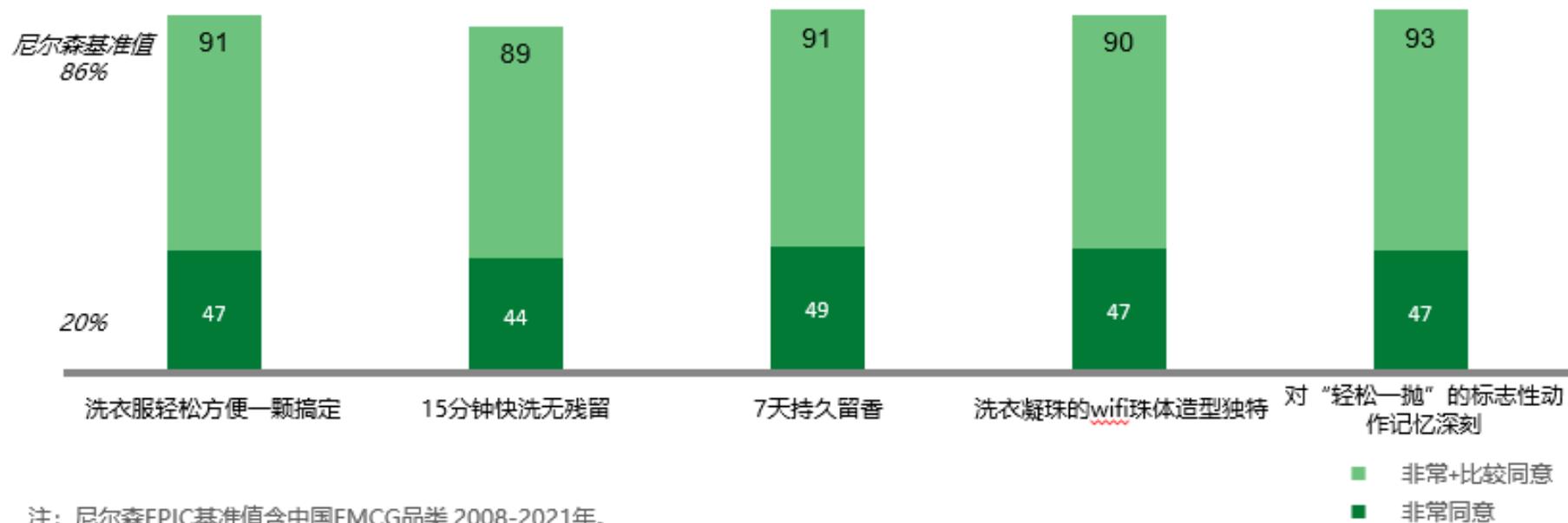


NielsenIQ

立白洗衣凝珠品牌健康度追踪 <2021年11月期>

致：立白集团
由：尼尔森
2021年12月

广告主要传达信息%



注：尼尔森EPIC基准值含中国FMCG品类,2008-2021年。

基数：看过广告的受访者N= 279

参考题目：Q325 有提示沟通(主要信息)-立白开屏

© 2021 Nielsen Consumer U.S. All Rights Reserved.

*数据来源：尼尔森

THANK YOU

 FOR WATCHING