

《小红书和抖音等主流媒体对于家电行业的热点分析》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在当今数字化时代，社交媒体已成为人们获取信息、交流互动的重要平台。小红书和抖音作为主流社交媒体，拥有庞大的用户群体和高度的活跃度。对于家电行业而言，了解这些平台上的热点趋势，能够帮助企业更好地把握市场动态、满足消费者需求，从而制定有效的营销策略，提升品牌知名度和产品销量。随着消费者对家电品质、功能、外观等方面的要求不断提高，以及智能家电、绿色家电等新兴趋势的兴起，家电企业需要及时关注并利用社交媒体上的热点话题进行产品推广和品牌建设。通过对小红书和抖音等平台上家电行业热点的深入分析，企业可以更好地了解消费者的喜好、痛点和购买决策因素，为产品研发、市场推广和客户服务提供有力支持。。

【课程收益】

- 1、深入了解小红书和抖音等主流媒体的平台特点、用户画像和传播机制，掌握在这些平台上进行家电营销的基础。
- 2、学会分析家电行业在主流媒体上的热点内容形式和创意特点，能够运用相关技巧进行内容创作。
- 3、通过成功案例分析，学习借鉴其他家电品牌在主流媒体上的营销经验和策略，提升自身的营销能力。
- 4、能够制定适合家电企业的主流媒体营销策略，包括内容创作、话题策划、互动营销等方面，提高品牌曝光度和产品销售转化率。
- 5、培养对社交媒体热点的敏感度和洞察力，及时把握市场机会，应对市场变化，增强企业在市场竞争中的优势。

【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话

【课程对象】

董事长、总经理、新媒体负责人和经销商

【课程时间】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、9:00 - 9:30 课程导入与平台概述

- 1、介绍课程目标、内容和学习方法。
- 2、分析小红书和抖音的发展历程、平台特点和用户群体差异。
- 3、以小红书为例，其用户群体以年轻女性为主，注重生活品质和消费体验分享，平台内容以图文形式为主，具有较强的种草属性。抖音则覆盖了更广泛的年龄层，用户更喜欢通过短视频形式展示和分享生活，娱乐性较强。

二、9:30 - 10:30 家电行业主流媒体内容创作要点

- 1、讲解小红书和抖音上家电内容的常见形式，如图文笔记、短视频等的特点和要求。
- 2、分析如何突出家电产品的卖点和优势，包括功能展示、使用场景营造、用户体验分享等方面。

成功案例分析：小米家电在小红书上的内容创作注重突出产品的智能科技感和性价比。例如，对于小米智能音箱，其发布的笔记会详细介绍音箱的智能语音交互功能，如语音控制家电、查询信息、播放音乐等，并通过图片或视频展示用户在不同场景下使用的便

捷性。同时，会强调产品的价格优势，与其他同类品牌进行对比，吸引消费者关注。在抖音上，小米家电则通过制作有趣的短视频，如展示智能家电的联动场景，如当用户回家时，灯光自动亮起、窗帘自动关闭、音箱播放欢迎音乐等，营造出高科技的家居氛围，引发用户的兴趣和共鸣。

10:30--10:45 休息

三、10:45 - 12:00 小红书家电行业热点分析

1、深入剖析小红书上家电行业的热门话题和趋势，如健康家电、智能家居、小型家电等。

2、分析热门笔记的内容特点、图片风格和写作技巧，探讨如何打造吸引人的小红书家电内容。

成功案例分析：戴森在小红书上推广其吸尘器产品时，热门笔记通常会突出产品的强大吸力和独特的设计。内容中会分享使用戴森吸尘器清洁不同家居场景的效果对比图片，如清洁地毯前后、清理沙发缝隙等，让用户直观感受到产品的优势。写作技巧上，会采用生动形象的语言描述使用体验，如“轻松一吸，灰尘无处遁形”等，吸引用户的关注。同时，笔记中还会提及戴森品牌的科技感和高端品质，满足用户对品质生活的追求，从而引发用户的购买欲望。

12:00 -- 14:00 午休

四、14:00 - 15:00 抖音家电行业热点分析

1、解读抖音上家电行业的热门视频类型和创意形式，如产品评测、使用教程、搞笑情景剧等。

2、分析抖音视频的拍摄技巧、剪辑方法和特效运用，以及如何通过抖音算法提高视频的曝光度。

成功案例分析：九阳豆浆机在抖音上发布了一系列产品评测视频和使用教程视频。评测视频中，会邀请专业人士或普通用户对豆浆机的性能进行测试，如制作豆浆的细腻程度、噪音大小、操作便捷性等，并通过对比其他品牌豆浆机，突出九阳产品的优势。使用教程视频则会详细展示如何用豆浆机制作各种美味的饮品，如豆浆、米糊、果汁等，搭配轻松愉快的音乐和简洁明了的剪辑，让用户轻松学会操作方法。同时，利用抖音的特效和滤镜，增强视频的视觉效果，吸引用户的眼球，提高视频的曝光度和传播力。

15:00 - 15:15 休息

五、15:15 - 16:30 家电行业主流媒体营销策略制定

1、根据上午和下午对小红书和抖音平台的热点分析，结合家电企业的实际情况，制定营销策略。

2、包括内容策略（如话题选择、内容形式、发布时间等）、互动策略（如评论回复、抽奖活动、合作推广等）和品牌建设策略。

成功案例分析：美的家电在小红书和抖音上制定了全面的营销策略。在内容策略方面，针对不同的家电产品和目标用户，选择合适的话题标签，如对于美的空调，会使用“健康空调”“智能控温”等话题。内容形式上，既有产品功能介绍的图文笔记，也有用户使用体验的短视频。发布时间则根据平台用户活跃时间进行调整，提高内容的曝光率。在互动策略方面，积极回复用户的评论和私信，解决用户的疑问，增强用户对品牌的好感度。同时，定期举办抽奖活动，吸引用户参与，增加粉丝粘性。在品牌建设策略上，与一些家居博主、生活达人合作，通过他们的推荐和分享，提升品牌的知名度和美誉度。例如，与小红书上的知名家居博主合作，让博主在自己的家居分享中自然地融入美的家电产品，展示产品在实际生活中的使用效果，从而吸引博主粉丝的关注和购买。

六、16:30 - 17:30 小组讨论与案例演练

- 1、学员根据分组，选择一个家电品牌或产品，结合所学知识，分析其在小红书和抖音上的营销现状，并制定改进的营销策略。

- 2、小组进行案例展示和讨论，教师进行点评和指导。

七、17:30 - 18:00 课程总结与答疑

- 1、总结课程重点内容，回顾家电行业在主流媒体上的热点分析方法和营销策略。

- 2、解答学员在学习过程中的疑问，鼓励学员将所学知识应用到实际工作中。