



欢迎进入

小白熊微电脑变频吸奶器网络推广方案





随着互联网信息的扩大，网络成为了人们获取信息的主要渠道，母婴用品同样如此，而且母婴用品网购在直线上升已经是毋庸置疑的事实。所以鉴于此现状，小白熊微电脑变频吸奶器新款上市网络推广势在必行！

那我们应该如何做好小白熊的网络推广呢？



下面我们
做下分析



小白熊
微电脑变频
吸奶器

网络环境

网购热潮下我们的产品信息够不够丰满？网络知名度和美誉度怎样？目前的网络环境有何优势、劣势？

产品

- 新品微电脑变频吸奶器特色，能否吸引用户关注？
- 较其他品牌优势在哪里？

用户扫描

微电脑变频吸奶器用户分析，怎样能打动他们？

炒作创意

什么话题能迅速引起人们注意提升品牌知名度？



中国吸奶器行业发展概况



网络环境分析

1) 网络环境分析-优势

2) 网络环境分析-劣势



产品信息解读

1) 小白熊微电脑吸奶器解读

2) 吸奶器用户扫描



推广策略规划

1) 推广诉求点

2) 推广策略方法

3) 事件营销解析

4) 推广阶段概绍

5) 周期推广规划



周期详细规划

1) 整合营销

2) 事件营销



费用预算

目 录



中国吸奶器行业发展概况

自从各种“奶粉门”事件之后，越来越多的母亲意识到应该用母乳喂小孩，毕竟健康才是最重要的！

然而如今的人，越来越忙，基本上都是上班族，很多女性刚生完孩子没休息多久就上班，很少有在家里带孩子的，喂奶就成了一个问题。

而且哺乳期的妈妈奶水充足外流和奶水不通畅的情况也很常见。

所以当下吸奶器就成为了准妈妈备货清单的必要备件。



网络环境分析



网络环境分析——优势



网络环境分析——劣势





网络环境分析-优势



www.it602.com



1) 网络搜索小白熊有会出现吸奶器的下拉列表, 说明用户有主动搜索小白熊品牌和商品的现象, 说明小白熊在消费者心目中已经有了一定的认知和认同感。



2) 其他品牌暂时无“微电脑变频吸奶器”、“变频吸奶器”概念, 对于品牌概念化的树立奠定了良好的基础。



3) 未来几年母婴用品网购情况预计呈上升趋势, 前景可观。

网络环境分析-劣势



www.it602.com

Baidu 百度 新闻 网页

吸奶器

吸奶器什么牌子好

吸奶器有用吗

吸奶器的作用

吸奶器怎么用

吸奶器吸不出奶

吸奶器哪种好

吸奶器哪个牌子好

吸奶器什么时候用

吸奶器价格

吸奶器消毒

相关搜索

电动吸奶器

新安怡吸奶器

吸奶器什么牌子好

好女人吸奶器

吸奶器怎么用

什么牌子的吸奶器好

美德乐电动吸奶器

吸奶器一贴多少钱

经常用吸奶器会怎样

吸奶器

Baidu 百度 新闻 网页

电动吸奶器

美德乐电动吸奶器

新安怡电动吸奶器

好女人电动吸奶器

Baidu 百度 新闻 网页 贴吧 知道 MP3 图片 视频 地图 更多

吸奶器

吸奶器怎么用

吸奶器怎么消毒

吸奶器哪个牌子好

吸奶器什么时候用

吸奶器价格

吸奶器消毒

请教上班的MM怎么消毒吸奶器 - 婴幼儿话题 - 广州妈妈论坛 - 14条回复 - 发帖时间: 2008年10月7日

马上要上班了, BB才4个月, 想继续母乳喂。在家里先把奶吸出来, 但是肯定不用一次, 怎么消毒是个问题。各位有经验的妈妈是怎么做的呢? 还有一般用什...

www.gzmama.com/thread-739254-1-1.html 2011-12-2 百度快照

贝亲吸奶器怎么消毒? 百度知道

你可以试试用高乐氏的漂白水吧还有消毒杀菌的作用这牌子本身在美国就有一百多年的历史可以说是全球最好我家也一直用这个牌子的东西确实不错而且味道也很好闻有行登...

zhidao.baidu.com/question/109446319.html 2010-6-21 百度快照

新安怡吸奶器消毒 - 婴幼儿话题 - 广州妈妈论坛

新安怡吸奶器消毒专题: 这里您能了解到关于新安怡吸奶器消毒的专业知识, 看到网友针对新安怡吸奶器消毒的讨论以及相关日记, 当然关于新安怡吸奶器消毒的问题还能得到...

yuerbang.yaolan.com/long/99399/ 2011-12-1 百度快照

美德乐吸奶器消毒问题 - 婴幼儿话题 - 广州妈妈论坛 - 10条回复 - 发帖时间: 2010年11月16日

一直用美德乐吸奶器, 买的时候卖家说用开水烫就可以了, 但是总觉得好像不太干净, 放消毒锅消毒又怕变形。请教一下用美德乐吸奶器的MM是如何消毒的? 开水烫? 还...

www.gzmama.com/thread-1881539-1-1.html 2011-12-2 百度快照

康而美吸奶器怎么消毒 百度知道

康而美吸奶器, 买来时卖家说用开水烫就可以了, 但是总觉得好像不太干净, 放消毒锅消毒... 买75%的医用酒精, 烫过后还发酸了, 也没发酸... 把吸奶器...

zhidao.baidu.com/question/146829511.html 2010-5-22 百度快照

百度关于吸奶器、电动吸奶器以及吸奶器相关搜索均无小白熊产品介绍信息以及口碑信息

搜索电动吸奶器会出现美德乐、新安怡、好女人的相关搜索, 说明对于电动吸奶器, 用户关注此三品牌较多。小白熊产品信息没有。

产品信息解读解读

小白熊微电脑变频吸奶器解读

吸奶器用户扫描



- ## 功能升级

方便

实
惠

对于吸奶器购买者考虑的因素主要有：
①质量安全、②人性化、③功能、④价格、



小白熊新品微电脑变频吸奶器众因素均已具备，足以吸引当今妈妈试用。加之有效的网络推广，势必迅速跨国宣传期，进入成长销售期。

附贈

价格优势

品牌	小白熊	新安怡	好女人	好女人	贝亲	贝亲	格朗	MILK	美德乐	美德乐
产品名称	HL-0623电动变频电动吸奶器	智能变频电动吸奶器	便携式自动吸奶器	家庭型自动吸奶器	便携式电动吸奶器	静音型电动吸奶器	电动吸乳器	电动吸乳器	经典型电动吸乳器	经典型电动吸乳器
产品图片										
零售价	458	1,999	398	760	650	980	598	690	798	1,780
产品特点	一款双模式：电动式/手动泵吸力大；静音模式：新款低噪音装置	静音泵吸力大；10智能芯片；记忆吸乳节奏	电动变频；3档可调；可手动	微电脑控制；有睡眠、喂奶、3档吸力；4档静音等可测；双边吸；可手动	五档吸力可调；马达静音小；可充电不漏电	静音马达；密封气密；可调节吸力	马达静音设计；静音宝宝吸乳节奏；自由调节吸力强弱；可作手动吸乳器	吸力大小可调；有静音至强吸力；交互感应	吸力大小可调；静音吸乳；一周一只手即可操作；可使用电压	采用高端律动泵式设计；可自由调节吸力；无噪音；无漏奶；吸力强
产地	国产	英国	国产	国产	日本	日本	美国	美国	瑞士	瑞士



用户扫描



准妈妈（怀孕者）
哺乳期妈妈



80后居多，他们思想前卫，对于育儿方面要求精细。就业压力大，她们不得不成为“背奶族”



她们是当今网民的主力军，网上购物的主要群体。

多为独生子女，双方长辈对于新生宝宝关爱有加，吸奶器已经成为她们孕前备孕单中的必备品。



怎样可以打动他们？

- 1) 健康意识宣传；深化吸奶器必要性。
- 2) 促销活动、赠品；促进购买。
- 3) 产品情感化，延伸产品意义。
- 4) 产品人性化设计，舒适、高效。

她们获取母婴产品信息的主要渠道：1) 网络；2) 妈妈圈口碑；3) 硬广；4) 母婴用品店推荐；



推广策略规划

- 品牌网络推广诉求点
- 我们的目标
- 推广策略方法
- 事件营销解析
- 阶段推广概绍

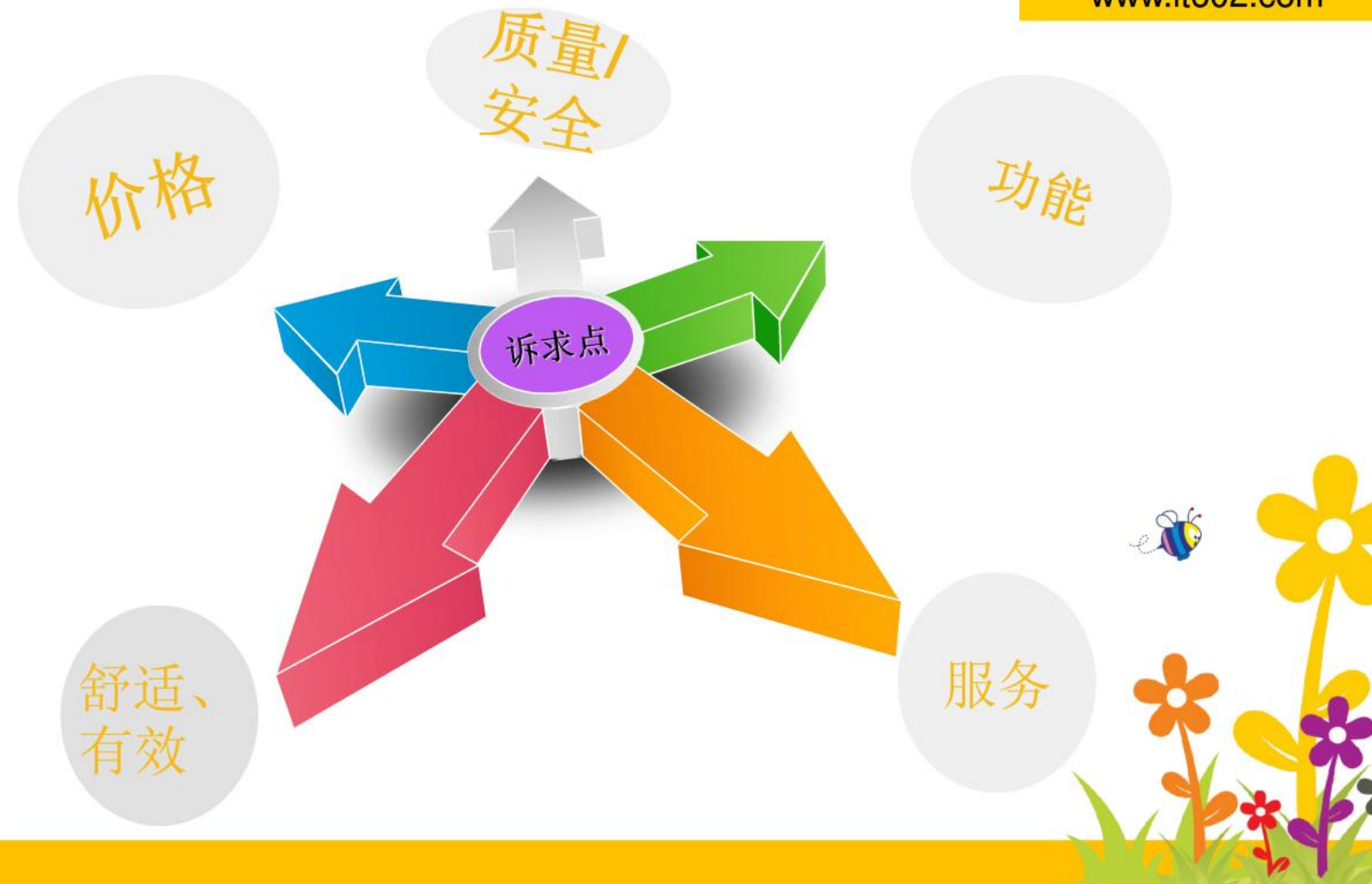




品牌网络推广诉求点



www.it602.com





我们的目标



www.it602.com



- 1) 让用户群在最短的时间内认知小白熊微电脑变频吸奶器的功能和效果，缩短新产品的推广时间，尽快进入成长期，创造效益。
- 2) 使用户产生试用欲望，提高销量。
- 3) 促使吸奶器品牌化，建立吸奶器≈小白熊的概念。
- 4) 提高品牌知名度和美誉度。
- 5) 宣传购买渠道，预留联系方式，引向终端，提升销量。



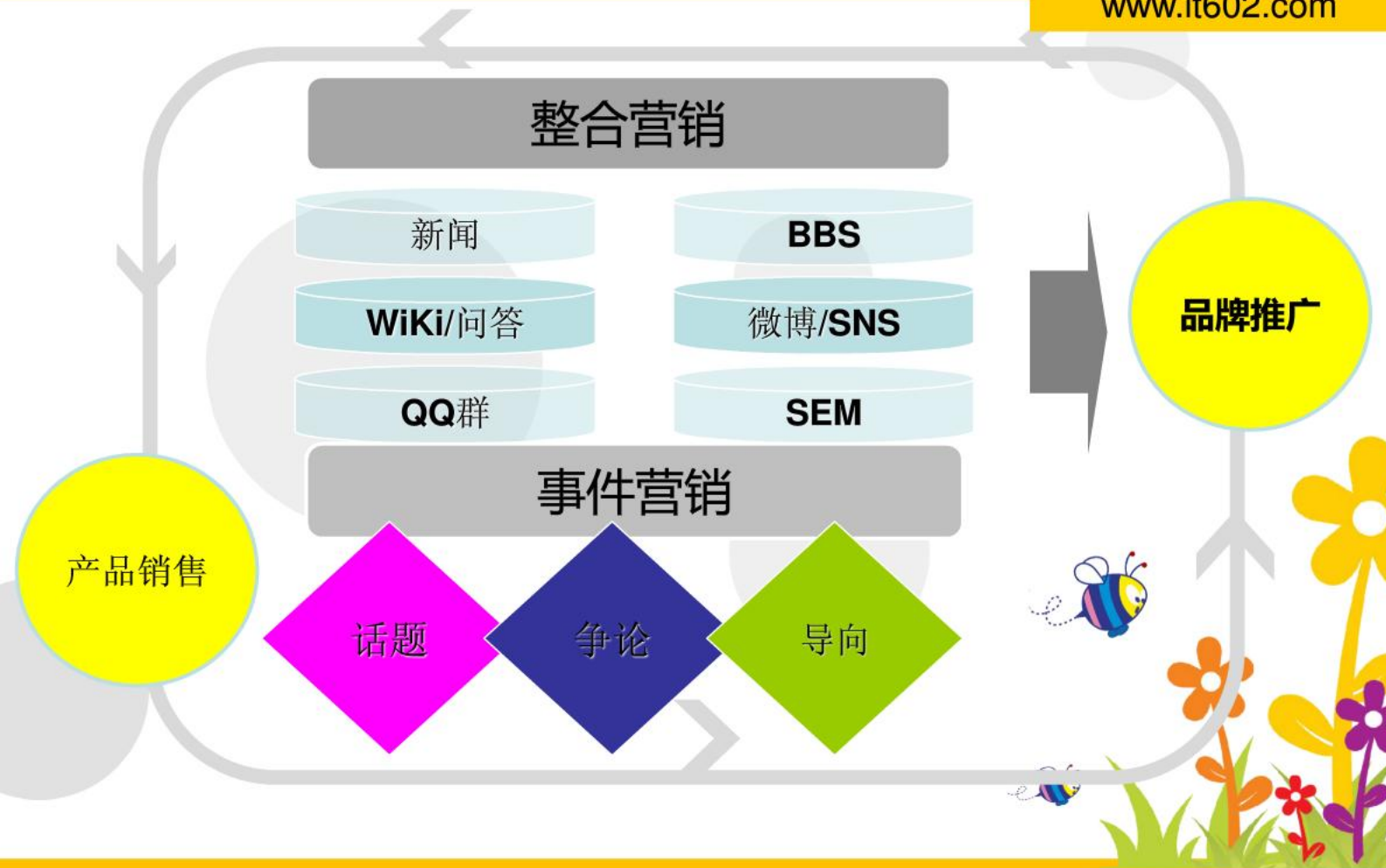
整合营销





推广策略方法

www.it602.com





为何要进行事件营销？

事件营销作用



能够拉近与媒体的距离，增加媒体报道量

能够有效诠释产品精神层面的内涵，增强消费者记忆

能够在目标消费者中迅速扩大认知

能够突出“小白熊微电脑变频”的产品独特卖点





阶段推广概绍

2.1 → 2.20 → 3.10 → 4.20 → 4.30

预热期

宣传期

炒作期

品牌巩固

1) 不同文体形式撰写小白熊新产品介绍及上市时间信息，最大化信息传播，引发消费者关注。

2) 对于小白熊新产品生产线、权威认证、企业荣誉等进行宣传，提升品牌知名度。

3) 策划事件营销，增添“情感因素”，扩大知名度，提升美誉度。

4) 专家、体验者正面信息宣传维护，树立产品品牌形象。

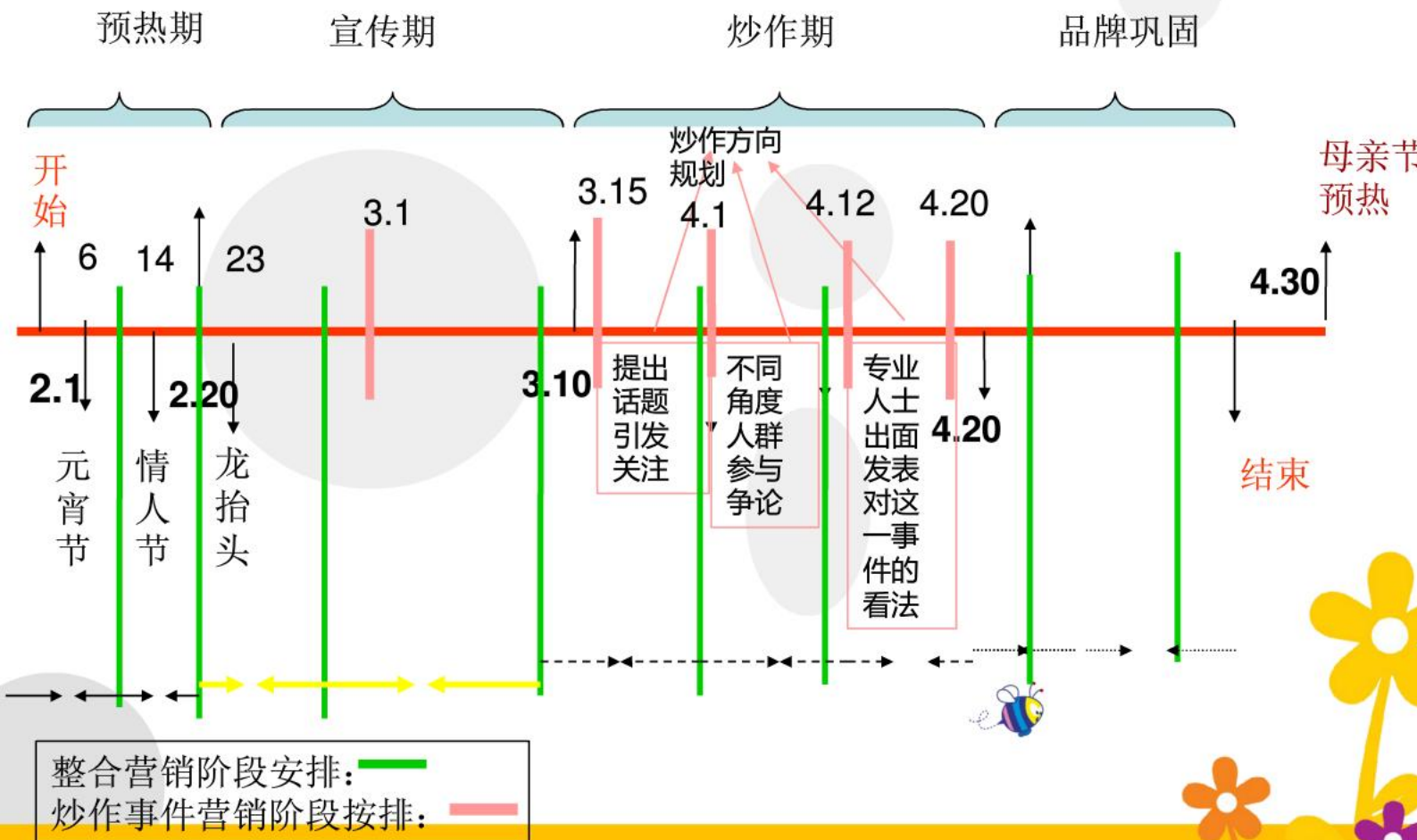




周期推广规划



www.it602.com



周期详细规划

1) 传播策略一: **SEM**

整合营销

事件营销

2) 传播策略二: 新闻

3) 传播策略三: **bbs**论坛

4) 传播策略四: **qq**群

5) 传播策略五: 微博/**sns**

6) 传播策略六: **wiki**\问答

7) 事件营销
传播规划



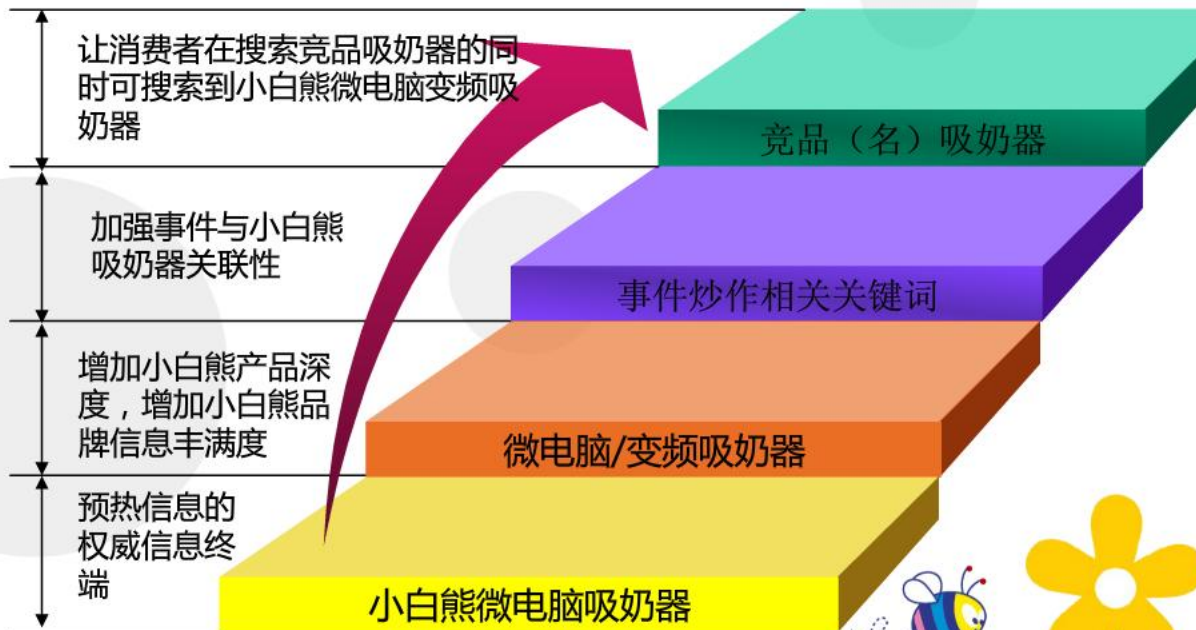


传播策略一:SEM



www.it602.com

据网络信息调查显示，网民网络获取信息的最主要途径为搜索引擎。



SEM优化定位于四组（每组4个），根据阶段规划，关键词设置问为：

小白熊微电脑吸奶器；
小白熊变频吸奶器；
小白熊吸奶器
小白熊

微电脑吸奶器
变频吸奶器；
电动吸奶器；
吸奶器；

待定（所设关键词与小白熊吸奶器有直接联系并正向引导促使购买）

美德乐吸奶器
新安怡吸奶器
好女人吸奶器
贝亲吸奶器





传播策略二：新闻



www.it602.com

主题方向 \ 周期安排	2.1-2.10 (2)	2.11-2.20 (2)	2.20-3.10 (2)	3.11-3.20 (1)	3.21-4.10 (2)	4.11-4.30 (2)
新闻主题	以小白熊企业的角度告之公众新品即将上市，产品介绍。	企业角度小白熊吸奶器还没上市已经有用户自信购买，提醒20日会上线。	小白熊企业介绍，荣誉介绍。	企业角度相关产品介绍	媒体角度母婴产品市场现状剖析，嵌入小白熊产品	媒体角度小白熊专访。
新闻主题	媒体角度，吸奶器销售火热，产品不断升级，出现变频吸奶器，导向小白熊新品	借助节日元宵节或情人节呼吁家人送给妈妈们最好的礼物。	结合2月2，龙抬头节日气氛，阐述宝宝健康喂养理念。		媒体角度市场调查小白熊产品受关注，使用者好评连连。	小白熊相关产品介绍。

主要媒体：

综合门户新闻网站：新浪育儿、搜狐女性、新华网健康、瑞丽女性、品牌新闻网、健康无忧网、千龙网、、人民网、中国早教网、摇篮网等。（详细列表见附表）





传播策略三：BBS论坛



www.it602.com

宣传方向 \ 阶段安排	2.1-2.10	2.11-2.20	2.20-3.10	3.11-3.20	3.21-4.10	4.11-4.30
话题方向	吸奶器使用必要性探讨。	新爸爸或准爸爸给老婆的情人节礼物推荐。	对于微电脑变频吸奶器的讨论	哺乳期妈妈角度，讲述自己购买的种吸奶器都不好，求推荐。	使用了小白熊变频吸奶器还真不错	看了小白熊商城和微博都很不错。推荐大家看一下。
回复方向	以使用者妈妈角度回复，给予评价	推荐母婴用品，强调小白熊，吸奶器等	给予正向回复，导向销售网址。	引向小白熊新品微电脑变频吸奶器	支持、询问声一片。	支持回复

主要媒体：搜狐-母婴论坛、天涯-亲子论坛等全国各地**10**强论坛母婴板块、女性板块、时尚板块等；育儿论坛、妈咪宝贝、母婴吧、育儿论坛等专业母婴、育儿论坛。（详细列表见附表）





阶段安排 角色	预热期	宣传期	品牌稳固期
婴儿妈妈	以获知妈妈的角度，通过群聊天形式通知大家	看到网上小白熊信息很多，了解了小白熊，看这个不错	经常去看小白熊商城信息，宝宝其他产品也需要了。
育婴师		对吸奶器给予肯定。小白熊不错。	一些哺婴产品很必要。
使用者妈妈	附和婴儿妈妈信息，说自己用的小白熊产品不错，看到这个新产品更加人性化，表示看好。	小白熊越来越火了。	后续用了小白熊的其他产品，也很不错。





传播策略五：微博/SNS



www.it602.com

- 1) 建设新浪、腾讯微博2个，昵称为小白熊微电脑吸奶器、80后潮妈。
- 2) 开心网、人人网2个，昵称80后潮妈，准妈妈。

发布、转载热点事件，交流育儿经，嵌入小白熊微电脑吸奶器相关信息（使用后感受），多参与评论交流，引发关注，提升品牌信息。

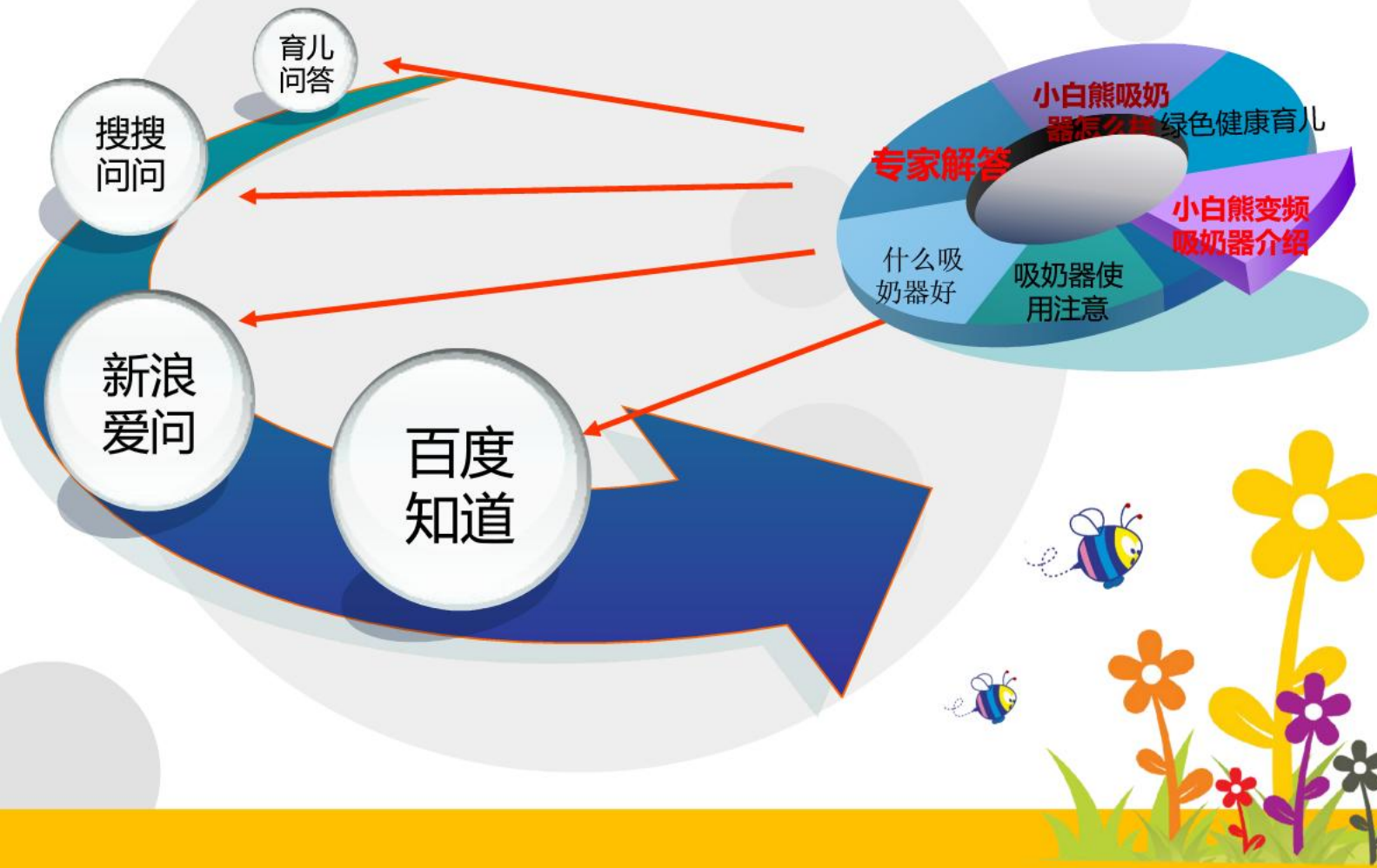




传播策略六：wiki/问答营销



www.it602.com

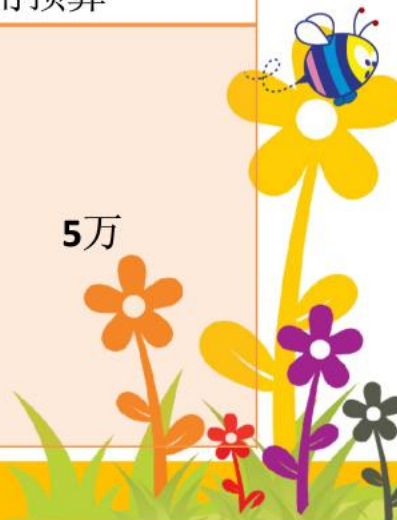




针对当下母婴较关注事件，寻找炒作话题点为“出售母乳”话题，通过各种形式借助多媒体平台展开对于此事件的讨论。讨论为何会出现这一职业，职业的规范性等相关问题。

操作：寻找“80后奶妈”，视频形式拍摄其采奶、包装、储存的过程。传播消息，关于安全性、价格等因素引发讨论。（或针对月嫂高薪一事讨论。）同时论坛、qq、sns、微博全面展开争锋讨论，两派激烈“开战”。【筹备阶段：2.1-3.1，视频拍摄。】

时间安排	项目安排	费用预算
筹备 (2.1-3.1)	人物选拔、视频拍摄	5万
第一阶段 (3.15-4.1)	新闻原创5篇，转载30篇以上；论坛50篇，各大论坛、母婴论坛发布；qq/sns/微博对于事件的讨论（每天）；视频大量转发。	
第二阶段 (4.2-4.12)	新闻、博客类评论文章5篇；论坛加大回复点击数量，不同角度参与事件讨论，共计10000条；qq/sns/微博对于事件的讨论（每天）；视频大量转发。	
第三阶段 (4.13-4.20)	新闻、博客类犀利点评10篇，大量转载；论坛加大回复点击数量，不同角度参与事件讨论，共计20000条；qq/sns/微博对于事件的讨论（每天）；视频大量转发。	



费用预算



www.it602.com

项目	方式	数量	单价	价格	
稿件撰写	新闻、话题帖、微博	50+60+200 (微博转载互 量不低于2000)			
新闻	发布、转发	发布50转发15			
BBS	发布、回复	发布2400回复 20000			
SEM	优化	16个			
Wiki/问答	问答	自问自答500 回答1000			
微博/SNS	建设、维护更新	4个每天更新			
QQ群	添加、每天发布	群200个，每 新，三个月共 布18000次			
事件炒作费用	【细节见事件操作规划（上页），此				
舆情监测/危 机处理	视情况加以处理（）				
服务费用	专职写手一名+网络营销监控人员二名			24000元	
税费	#####				
总计	#####				

谢谢观赏

