

两年
营收 **翻倍**

户外烹饪品牌
如何撬动内容的
巨大营销潜力？



 solo stove

团队痛点

需要通过合适的营销伙伴激起用户兴趣

Solo Stove是一家专注于户外无烟篝火架和披萨炉的美国品牌，其产品以独特的设计，以及无烟、易于携带等特点受到消费者的喜爱。受到整个经济环境的影响，Solo Stove品牌的营销预算收紧。团队希望在维持原本联盟营销支出的情况下，能进一步提升品牌知名度、占领消费者心智。

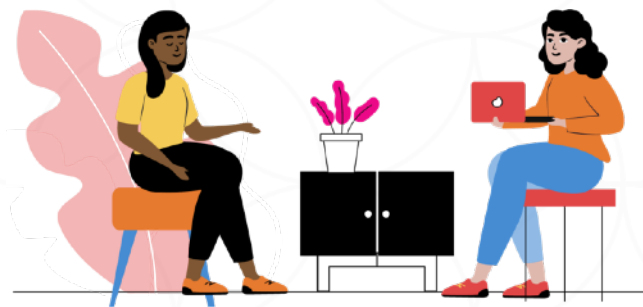
对此，团队重新调整了营销策略，决定集中精力与优质的内容营销伙伴开展合作。在Solo Stove的品牌理念中，他们希望可以让用户在篝火旁尽情享受美食，创造各种难忘的瞬间。因此品牌天然地适合社交媒体营销，比如创作富有创意的图片和场景化的内容来吸引粉丝互动。

最终，Solo Stove团队与其营销机构Purple Orange决定与专业的内容营销伙伴直接建联、开展合作，包括优质的内容创作者、营销伙伴以及有影响力的网媒等。

在impact.com平台的支持下，Solo Stove团队得以专注优化营销伙伴招募和项目效果追踪，在控制联盟营销成本的前提下成功实现业务目标。

Solo Stove团队希望：

- 扩大潜在合作伙伴资源池
- 与优质的营销伙伴和内容创作者合作
- 识别出最优质的营销伙伴进行激励
- 以优质内容创作为优先



品牌介绍

Solo Stove

Solo Stove致力于传播亲友相聚时光及品尝美食所带来的无穷欢乐。秉承着“创造美好”这一品牌愿景，Solo Stove研发了包括篝火架、露营炉、披萨炉和烹饪配件等在内的各种烹饪产品。

Solo Stove希望品牌用户无论是在篝火旁起舞，还是品尝手工制作的美味披萨，都能在记忆中留下难以忘怀的印象。

 solo stove



解决方案

以优质内容创作者和联盟客为主

考虑到Solo Stove团队希望在不增加支出的前提下通过合作伙伴营销项目获得收益，团队需要简化整个营销项目的各个环节。

首先就是需要优化营销伙伴的招募流程。Solo Stove和Purple Orange通过impact.com平台的专业功能，节省了大量时间并得以开展新的内容营销项目。

扩大潜在合作伙伴资源池

Purple Orange从大量目标关键词中收集了绩效数据，并按点击率、每点击成本（CPC）和其他关键指标对搜索结果进行了排序。联盟营销团队利用这些数据找到了表现最佳的媒体和创作者，并通过关键词研究中的差距分析挖掘尚未联系过的潜在合作伙伴。与此同时，公关团队向这些潜在合作伙伴发送定制化的合作开发信，双管齐下锁定潜在合作伙伴。

解决方案（接上页）

以优质内容创作者和联盟客为主

与优质博主、媒体和网红开展合作

Solo Stove高度重视每位合作伙伴的价值。这些博主、媒体和网红已经成功展示了与受众互动以及吸引受众注意的能力。

为了拉近与合作伙伴的关系，激励他们全身心投入创作和推广，Purple Orange组织了多场有趣的线下产品演示和活动。

例如，Solo Stove邀请了头部媒体、网红和联盟客（如HGTV、Good Housekeeping、Bon Appetit等）参加在纽约举办的披萨工作坊。除了活动策略之外，团队还定期与这些合作伙伴进行视频会议，收集他们的反馈和灵感，进一步优化合作关系。



解决方案（接上页）

以优质内容创作者和联盟客为主

为了更好地了解合作伙伴的需求，
联盟营销团队提出了一些关键问题来获取信息：

- 你认为哪些策略的效果最好？
- 独家折扣码对你来说是比较好的推广方式吗？
- 你愿意参加哪些推广活动？
- 品牌的哪些创意资产或支持能帮助到你？

借助impact.com平台功能，识别出最优质的营销伙伴进行激励

impact.com平台精准的绩效追踪和数据报表为每位合作伙伴提供了重要的信息反馈，也为Solo Stove如何分配营销预算提供了参考。通过这些数据洞察，团队可以清楚地看到哪些策略是有效的，哪些营销伙伴的表现不佳，从而针对性地给予佣金激励。



解决方案（接上页）

以优质内容创作者和联盟客为主

以优质内容创作为优先

Solo Stove团队意识到有互动性的内容在品牌推广方面的重要性。尽管折扣码可以有效推动转化，但主要在营销漏斗顶部作用的内容创作者能够助力品牌知名度的传播和新客的招募。

为此，Purple Orange利用impact.com平台的coupon/cookie追踪功能，确保所有合作伙伴都能按照贡献获得相应的报酬。

具体做法包括：

- 通过impact.com平台的「Partner grouping」功能对合作伙伴进行分组
- 将Coupon网站的佣金比例降低至1%
- 利用平台报表功能获悉消费者旅程全貌

solo stove

业务成果

营销策略迭代升级

与Purple Orange和impact.com合作之后，Solo Stove的合作伙伴营销项目获得了显著增长。资深内容创作者和媒体创作的优质内容帮助品牌直接触达消费者，进一步提升了品牌认知度和市场影响力。

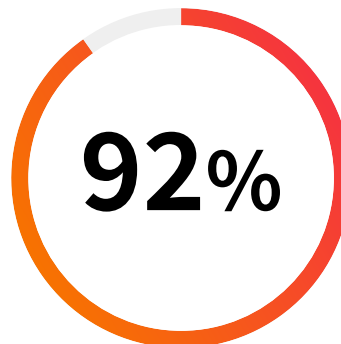
从2021年到2023年，Solo Stove的合作伙伴营销业务增长实现翻倍。全新的数据驱动招募策略实现了以下成果：

- 2023年CPA同比减少17%
- 有效媒体的数量增加74%

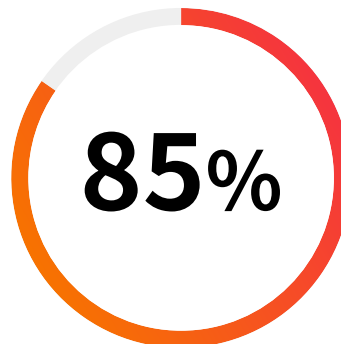
如今，与网红、媒体、联盟客等开展的合作营销至少为Solo Stove带来了总营收的11%。此外，在联盟营销支出减少了7%的情况下营收依然逆势增长了72%。



2021-2023
营收增长



活跃媒体数
量增加



ROAS提升

