

2022新春开门红

家政服务行业春节营销策略

腾讯广告婚恋生活组



腾讯广告 | 千汇菁英

目标学员

- 家政广告主运营/服务商

课程目标

- 临近春节，从春节节点流量动态、营销策略、年度正向玩法等维度，讲解家政行业如何把握机会高效获客。

壹

春节营销机会点

春节是国人最看重的节日，高消费成为节日习惯

节日气氛和消费力创造是家政服务广告主营销机会点

打扫除尘

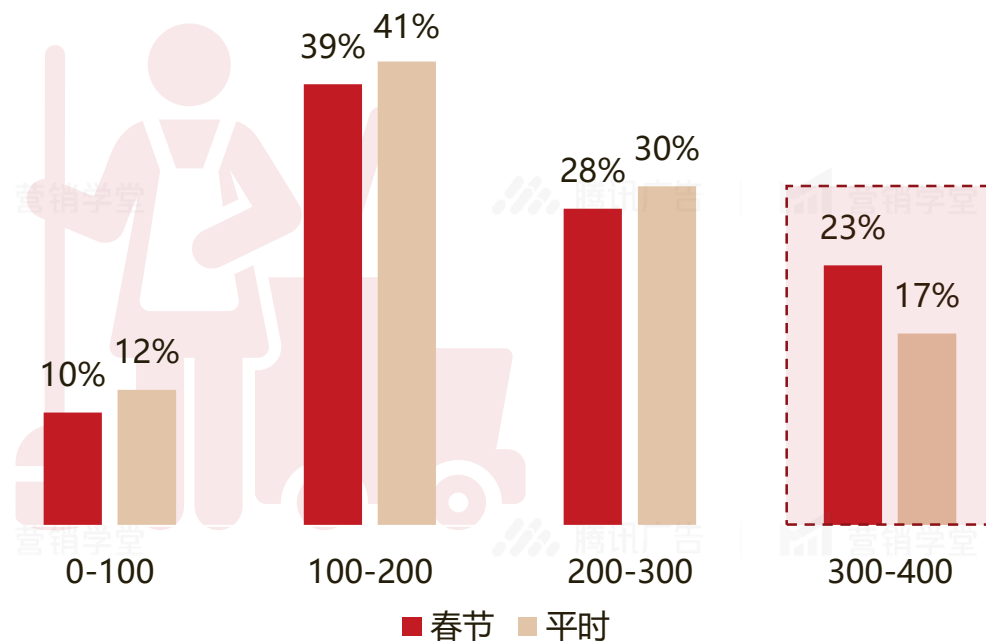
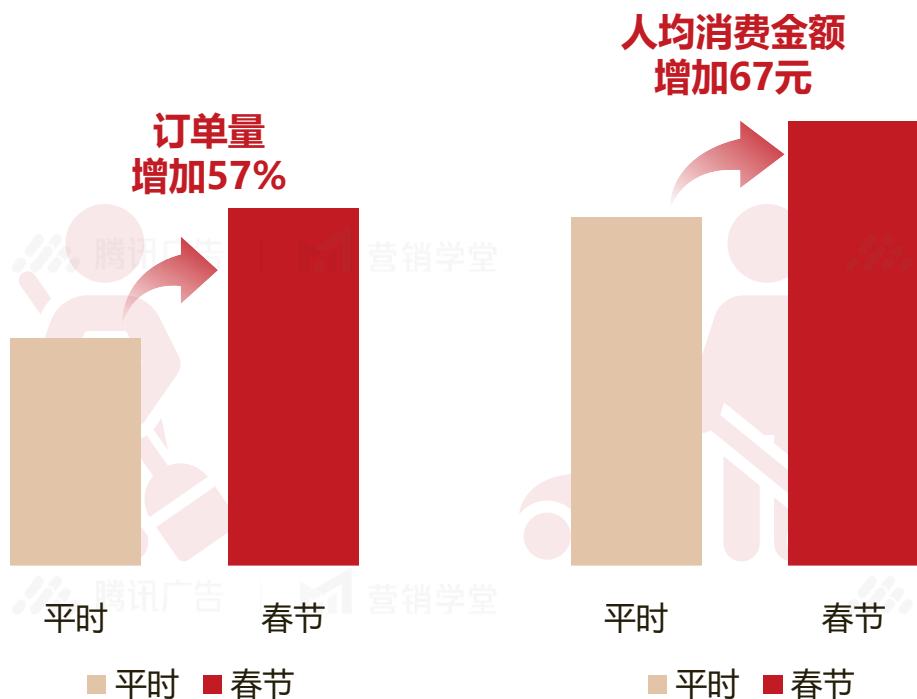


人口流动



年前进行一次大扫除是许多家庭的刚需。春节期间家政服务订单量大幅增长，且用户人均消费金额达到312元。

随着用户对于家庭卫生健康问题的注重，尤其是在春节愿意在大扫除上支出更多费用，新年保持家庭干净整洁。



家政服务行业营销机会点

腾讯广告 | 千汇菁英

OPPORTUNITY

从用户偏好服务品类来看，订单量TOP5：

NO.1

日常保洁



NO.2

擦玻璃



NO.3

油烟机清洗



NO.4

深度保洁



NO.5

家政套餐

(保洁+擦玻璃+油烟机清洗)



同比平时，春节需求增长最多的服务：

209%↑

日常保洁



184%↑

擦玻璃



120%↑

油烟机清洗



折射出春节期间家政服务业释放出巨大消费潜力的同时，核心消费人群对家政服务的需求也更加专业化、多元化以及个性化。

家政服务行业营销机会点

OPPORTUNITY



家政服务

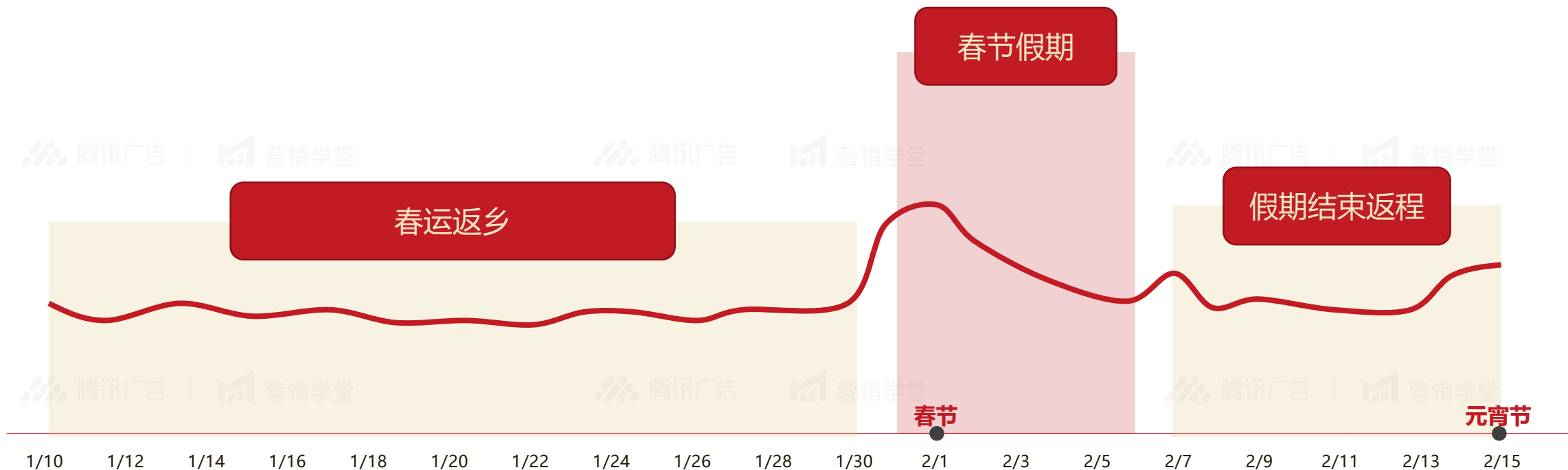
随着人们生活水平的提升以及消费观念的转变，春节期间家政服务业释放出巨大消费潜力，是**重要的营销时期**。通过**多样化专业化服务套餐**，针对性满足消费者在春节期间对家政服务的刚性需求。

贰

春节投放攻略

2022年春节预估流量情况

TIME LINE



根据2022年预估流量趋势分析：

- 1月31日-2月6日春节放假时期流量预计有一定幅度增长，**建议：**家政广告主加大投放预算，把握节点机会，让品牌与优质用户充分互动，获取订单；
- 1-2月整体流量库存充足，竞争环境宽松，**建议：**广告主可结合节日氛围和用户特征，适当增加广告创建数量，以春节相关创意吸引用户，把握高性价比流量机会。

KEY POINT

家政服务

需求解析:

- 随着生活水平提升以及消费观念转变, 用户对于家庭卫生健康问题更加注重;
- 年前大扫除为家庭刚需, 用户需求激增。

主打人群:

有房家庭

定向差异化

• 定向宽窄结合:

宽: 稳定拿量+地域+年龄 (28-50) + 女性+排除营销 (已转化/不感兴趣)

窄: 优先拿量+地域+年龄 (28-50) + 女性+保洁相关兴趣行为关键词+排除营销

• 定向延伸

①宽定向+有房居家/家政保洁相关人群重定向

②窄定向+种子人群 (已转化人群/家政人群重定向) 自动扩量

推广节奏

根据返乡节奏

- 春节前 (1月10日-2月1日) 大扫除需求最高涨, 建议日预算提升至160%
- 春节中 (2月1日-2月6日) 流量宽松, 假期时满足基本保洁需求, 日预算可设置40%
- 春节后 (2月7日-2月28日) 恢复日常投放, 日预算100%



迎春家居大扫除
干净清爽过大年

SAO CHEN RI

春节运营投放技巧

T E C H N I Q U E

余额充足



建议提前充值，保证账户余额充足至初七复工，避免余额不足影响账户拿量。

【账户余额>历史7天消耗】

【单广告日预算≥出价*30】

【所有在线广告总预算<余额*30】

储备素材



①建议准备至少10组+素材，保证账户素材新鲜度；

②爆款素材多规格储备，防止雷同广告过滤。

【主体下同素材广告<5条】

储备广告



①提前过审：建议提前2天搭建广告过审，避免审核不及时影响投放；

②每日上新：建议账户每天最少上新5-10条广告，维持账户活跃度。

【账户起量广告≥3条或在线广告≥10条】

A D C O P Y

微调过往优质文案，春节期间用户消费热情高，建议**简单直接**突出套餐、服务、活动

春节
习俗

套餐内容

新年做个大扫除吧
新春特惠
厨房+卫生间+客厅+卧室
xxx元x次

折扣优惠

新年做个大扫除吧
新春特惠
xxx元xx次
单次仅需xx元

服务保障

新年做个大扫除吧
全直营+专业保洁师
xxx元xx次
全屋360无死角清洁

春节
优惠

价格：xxx元，x次x小时
服务：厨房+卫生间+客厅+卧室
优惠：新春特惠

价格：xxx元x次*x小时
服务：全屋深度保洁
优惠：新年特惠立减xx元

价格：xxx元x次*x小时
优惠：新年特惠立减xx元
承诺：全屋360无死角清洁

轻松
过节

还在自己大扫除？
厨房+卫生间+客厅+卧室，
xxx元x次！
轻松过大年！

还在自己大扫除？
新年特惠立减xx元！
xxx元x次！
轻松过大年！

还在自己大扫除？
全直营专业保洁师！
xxx元x次全屋深度保洁！
快乐过大年！

创意海报式设计，融入节点氛围



春节海报设计

推荐指数: ★★★★★

• 素材亮点:

- ①文字内容与人物形象/服务场景结合, 强调活动内容;
- ②海报式设计, 有一定的视觉冲击, 更加吸睛;

• 投放建议:

投放时, 建议以喜庆色系, 搭配新年大扫除、轻松过节等带有情感色彩的文案, 提升点击。

仿商品图加入春节元素, 突出促销力度



春节仿商品图

推荐指数: ★★★★

• 素材亮点:

- ①模仿电商的商品图, 清晰展现服务内容及优惠力度;
- ②国潮撞色中, 加入春节喜庆元素, 迎合节点氛围;

• 投放建议:

搭配春节专属活动文案, 突出活动力度。

由于全新视频素材的制作有一定难度，建议复用过往优质视频，添加春节相关描述

- 视频时长：建议15-20s之间
- 视频内容：降低素材制作难度，通过对视频中文字展现内容的调整，契合春节营销节点。

1) 套餐/活动介绍：视频中加入春节专属套餐内容或优惠活动的介绍 2) 激活大扫除刚需：将普通痛点，转换为春节大扫除的痛点，激活用户需求

服务内容介绍-春节套餐



整理前后场景对比-突出效果

春节忙碌+做家务-直击痛点



超脏超乱场景-强势吸睛

落地页建议

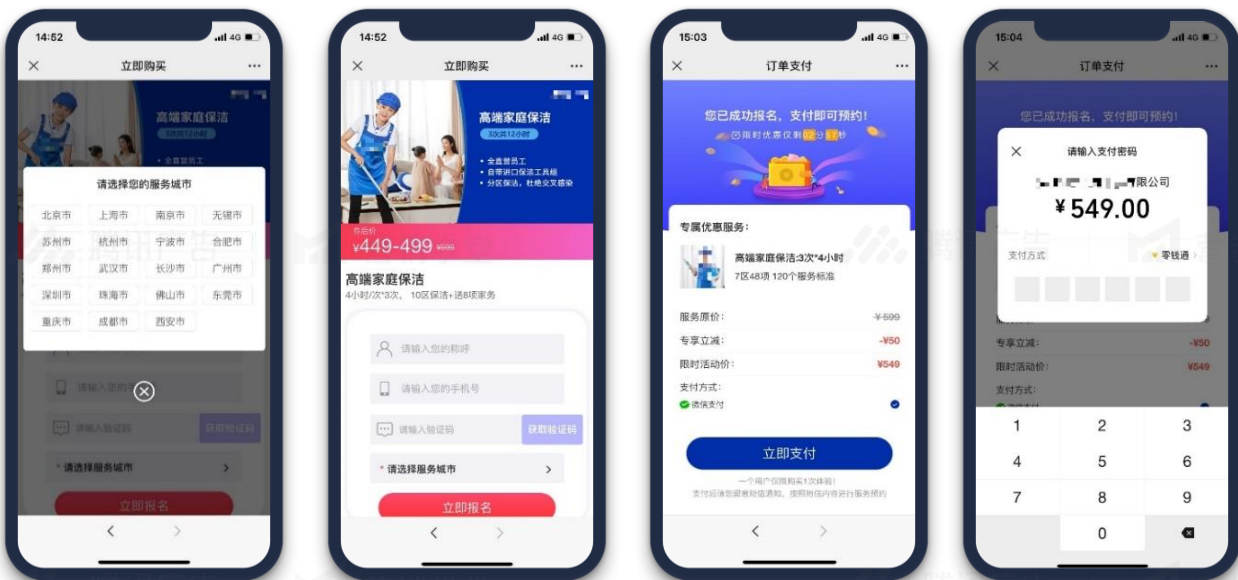
LANDING PAGE ADVISE

落地页的转化链路

- 表单链路与在线支付结合，获取客资&直接成单结合；
- 用户点击提交表单按钮后，再跳转到支付页面立即支付，缩短支付路径。

春节优化调整

- 春节用户需求差异化，建议多套餐供用户选择；
- 落地页中可加入春节大扫除、春节优惠等内容，刺激用户需求。



落地页填单&选择服务

在线支付



叁

春节获客秘籍

运营

把握流量，获取客资

- 1、物料充足：**保障创意、落地页等投放资料的备份，以及操作系统权限等硬件资源开通，方便灵活使用；
- 2、善用工具：**结合创意工具箱，托管助手，企业微信等推广工具，在假期同样能正常投放；
- 3、员工关怀：**就地过年、春节值班，春节业绩突出等员工，给与奖励、防护物资等保障。

客服

春节优惠，防疫提醒

- 1、节日问候：**春节期间，在客服话术中可穿插春节祝福、虎年表情包，提升开口率；
- 2、海报回复：**发送春节活动海报，便于客户了解活动详情，提升转化；
- 3、公众号文章送祝福：**春节期间，准时发送春节祝福文章，及春节门市安排相关类文章。

销售

预警档期，促成订单

- 1、错峰档期：**根据阿姨工作排班，前置用户档期错峰，促成订单；
- 2、多重转化：**结合用户过年居家场景，通过活动建群+1v1互动+群氛围营造，多重方法促成订单；
- 3、红包引导：**用红包抽奖，定制红包封面，下单随机返现红包等方式，利益点引导客户快速成单。

春节红包玩法

LANDING PAGE ADVISE



品牌logo封面
品牌元素/形象等形式



封面故事+春节祝福
添加跳转至公众号等

以**创意封面**，与春节传统节日祝福相融。
婚恋生活服务广告主可借用品牌红包在私域流量（公众号文章、微信群等）发放，吸引用户领取，加深了用户认同度，品牌传播价值得到了有效提升。

用户使用过程中，封面故事可引导至公众号/视频号，扩展了隐形私域资源。



扫一扫获取详细信息
《微信红包封面定制指南》

课程总结

S U M M A R Y

- 春节的节日气氛和消费力创造是家政广告主营销机会点。
- 春节期间，家政服务业释放出巨大消费潜力的同时，核心消费人群对家政服务的需求也更加专业化、多元化以及个性化。建议加大投放力度，挖掘潜力需求。
- 春节运营投放技巧：①余额充足；②储备素材；③定向调整；④广告储备
- 广告文案建议：微调过往优质文案，春节期间用户消费热情高，建议简单直接突出套餐、服务、活动
- 图片素材建议：①创意海报式设计，融入节点氛围；②仿商品图加入春节元素，突出促销力度
- 落地页建议：表单链路与在线支付结合，获取客资&直接成单结合；春节用户需求差异化，建议多套餐供用户选择；落地页中可加入春节大扫除、春节优惠等内容，刺激用户需求
- 春节期间获客秘籍：①运营：把握流量，储备客资；②客服：春节优惠，防疫提醒；③销售：预警档期，促成订单
- 春节红包玩法：发放品牌红包封面

肆

随堂小测试

腾讯营销学堂



腾讯广告婚摄本地行业营销通



- 最新产品资讯
- 最新流量动态
- 最新行业案例

祝您虎年行大运

腾讯广告营销中心 - 婚恋生活服务组



腾讯广告 | 千汇菁英