
赣州蹦床厂家利用小猫营销导航开拓新市场,精准触达...

赣州一家蹦床厂家最近把“小猫营销导航”当作打开新市场的钥匙。起初他们只是把产品信息搬到平台上，但很快发现，这个平台不像传统广告那样泛投，而是通过用户兴趣标签、地域行为和社群画像，帮他们把推广推到真正关心儿童运动、家庭活动和早教场景的家长面前。于是团队开始做两件事：一方面把产品故事化——用短视频记录孩子在蹦床上成长的细节，突出安全设计与陪伴场景；另一方面用平台的数据做精细化投放，分年龄层、居住区和消费能力设置不同的素材与话术。线下他们结合小猫导航引流，举办社区体验日、亲子运动会，让试跳和互动成为转化点；线上则与育儿博主、小区妈妈群体合作，利用测评、直播带货和限时优惠把流量变成订单。更重要的是，厂家把每一次咨询和成交当作用户画像更新的机会，建立了简洁的CRM，用数据驱动生产与库存调整，缩短了供应链响应速度。结果是市场逐步扩展到赣州周边甚至省外二线城市，获客成本下降，客户粘性上升。对他们来说，小猫导航不是万能工具，但它把“谁需要”“什么时候需要”“怎么表达”这些原本模糊的问题拆解得清清楚楚，让一个传统制造企业在数字化浪潮里找到属于自己的落脚点。