

肌研4秒保湿「王」品牌IP整合营销案例

- ◆ 广告主：曼秀雷敦
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2019.05.24-06.16
- ◆ 参选类别：短视频营销类

项目背景:

肌研是透明质酸保湿专家，
这句slogan传播了11年，
但消费者依然不知道什么是透明质酸

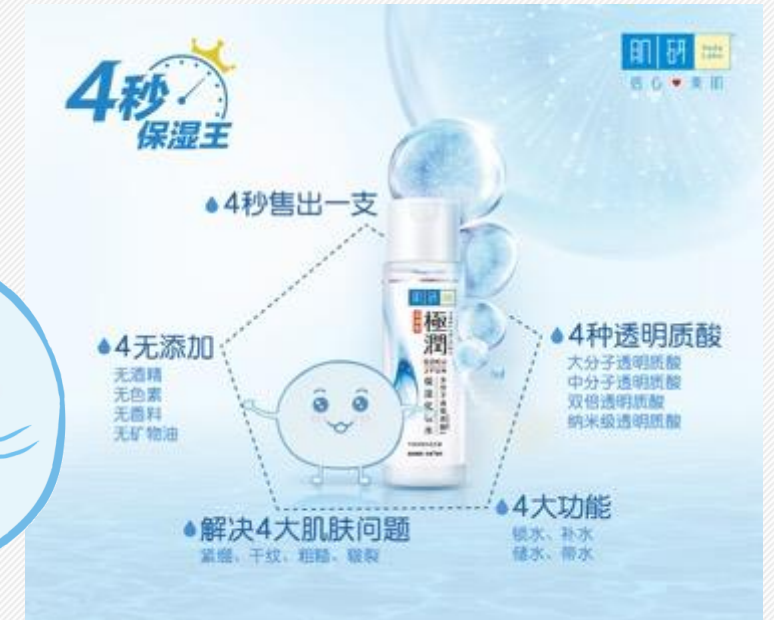
推广目标:

品牌想说的 = 消费者想听的
将抽象的成分具象化，首创品牌IP，
将boring的透明质酸变funny!

Reaction to 透明质酸 | Feels stronger moisturizing efficacy and premium, but still lack of knowledge of its mechanism among consumers



数据来源：肌研focus group报告





透明质酸宝宝的诞生：

品牌专属IP——透明质酸宝宝

创造**记忆点**让消费者记得

首度声音代言
二次创意合作
携手王祖蓝
透明质酸宝宝C位出道！



Step 1: 竞猜预热: 借《声临其境》的热度, 引起全民竞猜配音大咖!



预热通过4位娱乐微博大号进行转发, 获32W播放量



竞猜活动引发大批网友讨论留言,
并猜出了王祖蓝配音。



预热视频

Step 2王祖蓝微博官宣 超萌透明质酸宝宝+王祖蓝神级配音，瞬间引爆微博



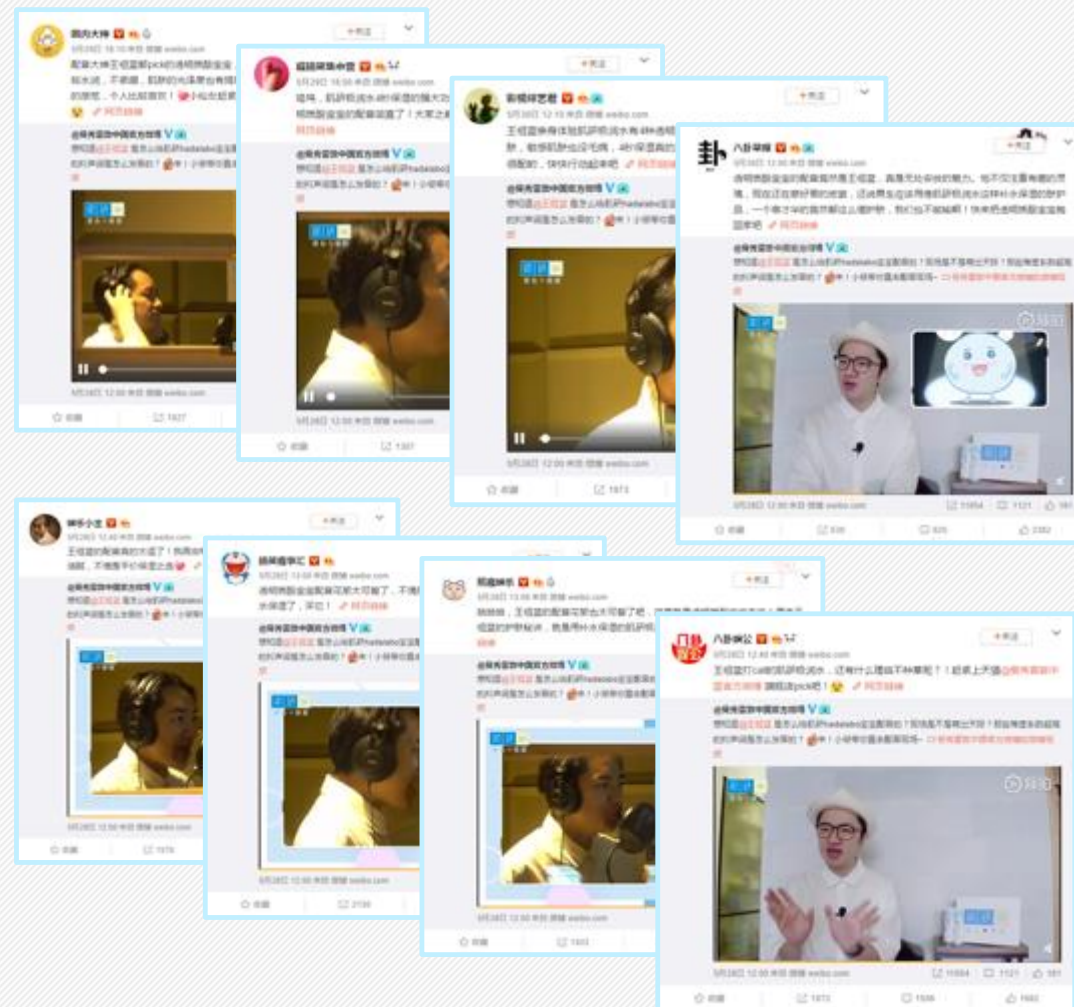
5月24日11:02发布，发布十分钟达到4W
七小时后突破200W，一天达到343W
截止6月5日20:00 达到**381W**播放



粉丝纷纷表示配音可爱

透明质酸出道视频:
<https://v.qq.com/x/page/x3000qfaawd.html>

Step 3: 配音花絮曝光 揭秘王祖蓝配音神技，同时为产品软性打call



花絮视频链接: <https://v.qq.com/x/page/l3000o1rmh3.html>

8位娱乐大号转发视频 播放量高达208W
平均点赞、评论、收藏达2000以上

Step 4: 推出场景使用视频
知道什么叫透明质酸后，再教育消费者透明质酸有什么用。
深化肌研水一瓶百搭的benefit!



<https://v.qq.com/x/page/g3000gbh7b8.html>

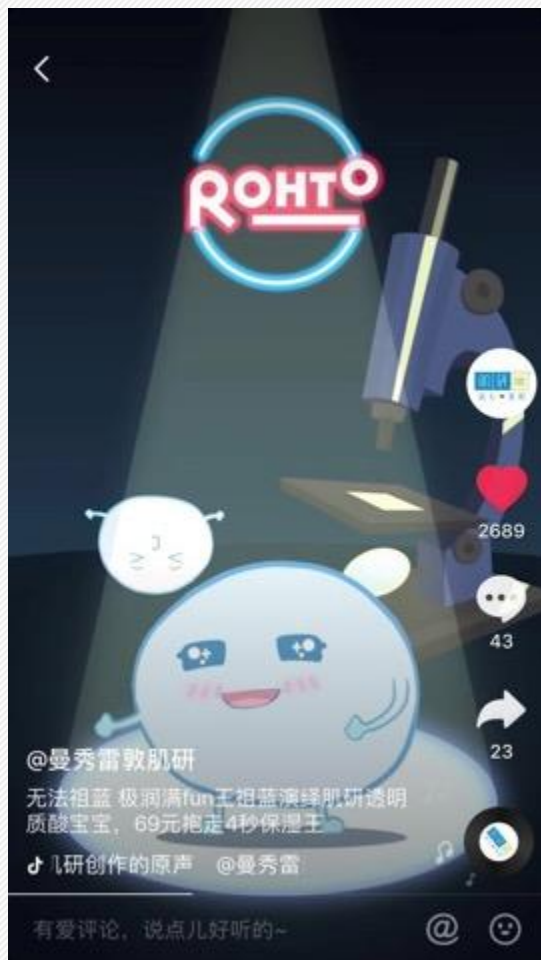


<https://v.qq.com/x/page/b3000tyiqo.html>



<https://v.qq.com/x/page/p3000f1skja.html>

除了在微博，更在抖音Topview强势曝光！
一打开抖音，就有萌萌哒的透明质酸与你互动~



曝光量超205万
大流量引流电商卖货！

消费者评论正面，
对产品及配音创意
都表示认可。

推广整体效果：



备注：截止到6.3日投放数据