

伊利优酸乳#周冬雨硬核表白#社会化营销

- ◆ 广告主：伊利
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2019.03.14-03.19
- ◆ 参选类别：娱乐营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNDI3OTY3NTI3Mg==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

或者
扫一扫看视频





21

1998年上市的优酸乳
正在持续打响
品牌年轻化的战役



白色情人节之际，伊利优酸乳携代言人周冬雨

新品上市

果果昔芒桃蜜语



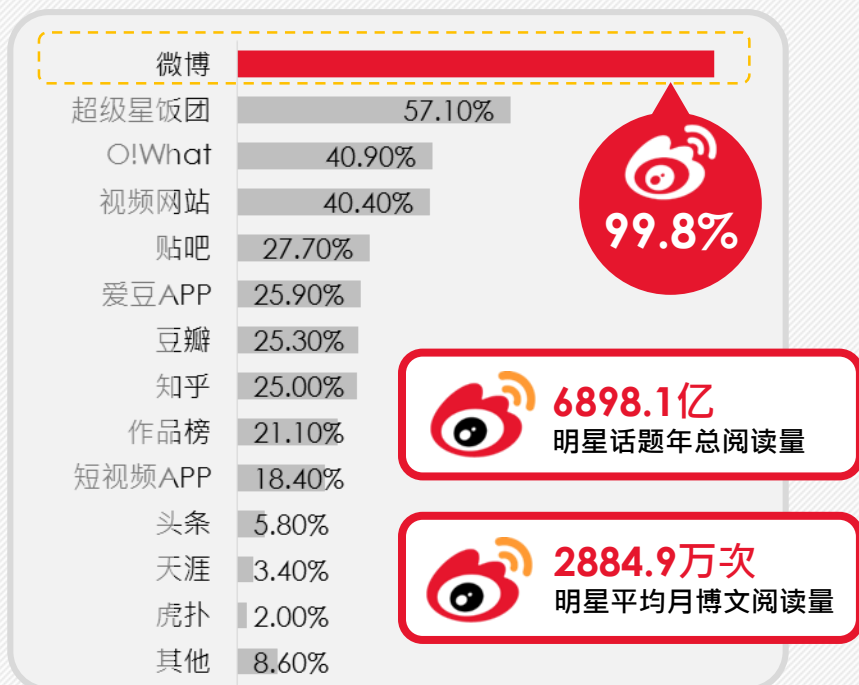


- **明星效应**：利用明星影响力，引爆互联网社交传播，助新品迅速打开局面
- **节日借势**：利用年轻人喜爱的节日热点，传递品牌理念，加深与目标消费者的沟通与交流

粉丝追星渠道洞察

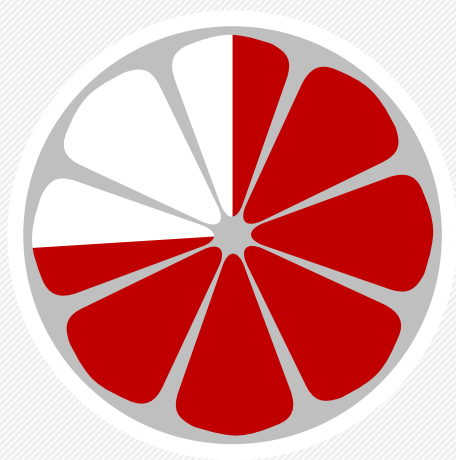
微博作为追星主阵地，在这里实现星引力

明星粉丝占微博月活半壁江山以上
微博是全网粉丝追星的首要阵地

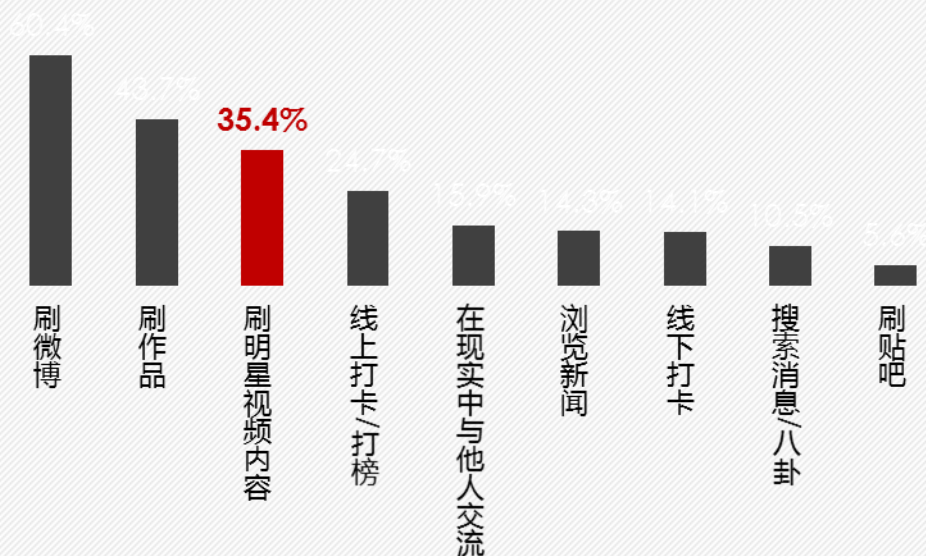


粉丝追星方式洞察

短视频正在成为粉丝获取明星资讯和追星体验的最重要载体之一



73.3%的粉丝
会以刷短视频的方式关注并支持这个明星。



35.4%的粉丝
每天花1小时以上在刷明星的相关短视频内容。

策略



不是一味讨好

当情人节，各大品牌都在单向讨好粉丝，教大家如何表白的时候，优酸乳果果昔告诉你
爱自己、敢追爱、正面刚

这个白色情人节
伊利优酸乳不走寻常路的
年轻人沟通策略

而是和她们一起疯



策略



微博+明星+节日

强强联手，打造社交爆款：

- **明星硬核表白**-释放代言人微博影响力
 - 粉丝头条
 - 明星V代言
- **创意硬核上位**-粉丝互动积极性全释放
 - 全屏视频开机
 - 特效点赞
 - 语义橱窗
 - 创意贴纸
- **热搜硬核霸榜**-持续热搜赢优酸乳口碑
 - 热搜话题套装
 - 热搜榜单套装
- **全网硬核引爆**-微博强资源造社交爆款
 - 全屏开机
 - 热点大视窗
 - 品牌热推
 - 双流品牌大视窗

粉丝攻心术

走心态度营销，情人节对话爱豆引发粉丝强烈共鸣

每天1支Vlog，用年轻人喜爱的方式与年轻人沟通

从表白日到随心日到自信日再到任性日

不教你如何表白

而是教你更要宠爱自己

勇敢去爱，勇敢去面对

周冬雨
硬核表白

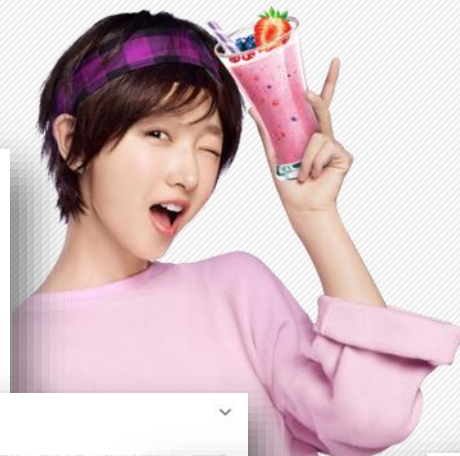
宠爱
表白日

宠爱
随心日

宠爱
自信日

宠爱
任性日

情人节不要甜言蜜语
只要果果昔芒桃蜜语



粉丝攻心术

一网打尽周冬雨主页流量，激发粉丝兴趣



明星微代言

微代言期间周冬雨所有微博都带上果果昔品牌露出

微博点赞特效



首次尝试微博点赞特效

分分钟收获

13w

微博投放期间博文点赞环比

增长4636倍

品牌发布会双响炮

粉丝攻心术

微博直播+线下专场派对双线并进

异地粉丝齐聚微博，蹲守爱豆直播



同时在线观看直播人数 **95.4w+**

*同时在线收看直播人数超出预估值19%，点燃线上互动



社交全覆盖

打 开 微 博 时

微博全屏视频pro开机



果果昔芒果蜜语推广内容回忆

全屏视频开机回忆率高达

78%

社交全覆盖

刷博文，看热门

品牌速递信息流原生内容



微博大视窗置顶霸屏展示



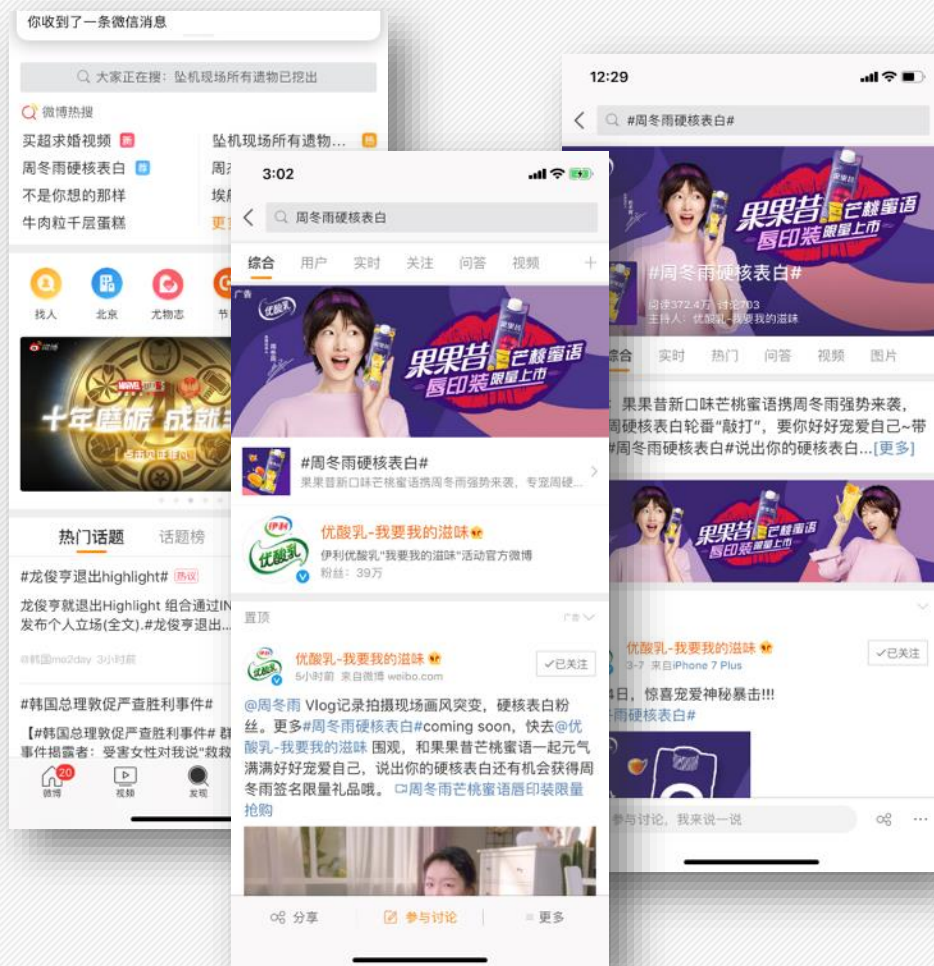
品牌热推借势高流量制造大音量





社交全覆盖

搜 热 点



火速拦截热搜流量

热搜榜单+热搜话题套装,
拦截热搜聚焦品牌阵地

累计曝光
3.3亿

累计互动
540万



社交全覆盖

发博文 - 关键词触发语义橱窗

关键词：优酸乳 果果昔 芒桃蜜语



导流电商
一键购买



明星+KOL+普通用户一网打尽，关键词触发语义橱窗

海量资源直接导流电商页面
一键呼端缩短用户购买路径



社交全覆盖

发图文-创意动态贴纸，品牌精神无缝连接

让人“上瘾”的 果果昔红唇贴纸

果果昔微博贴纸累计收获
7597万次曝光
9.6万次点击

火爆的用户参与度
让果果昔红唇成为爆款贴纸

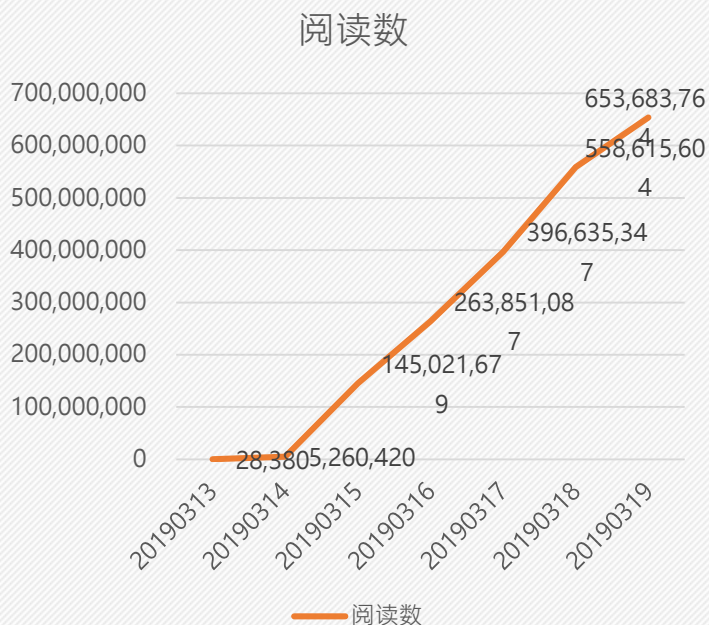


甚至，活动结束后一周多以后，用户仍在使用的同款贴纸发布微博！

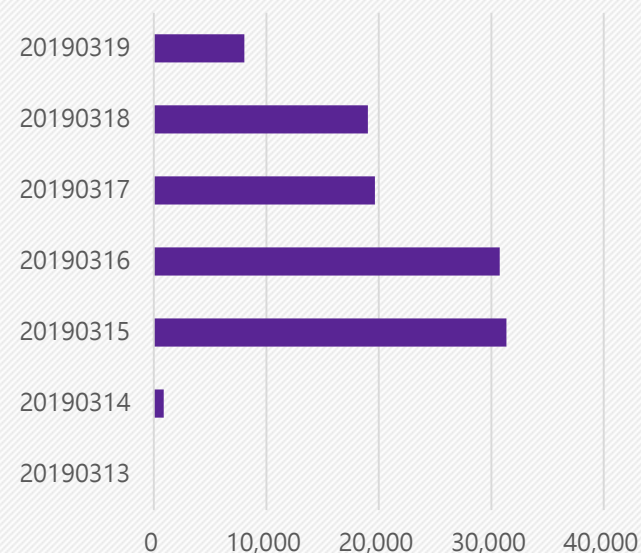
强传播

品牌专属话题快速攀升

硬广投放期间，话题阅读量快速攀升

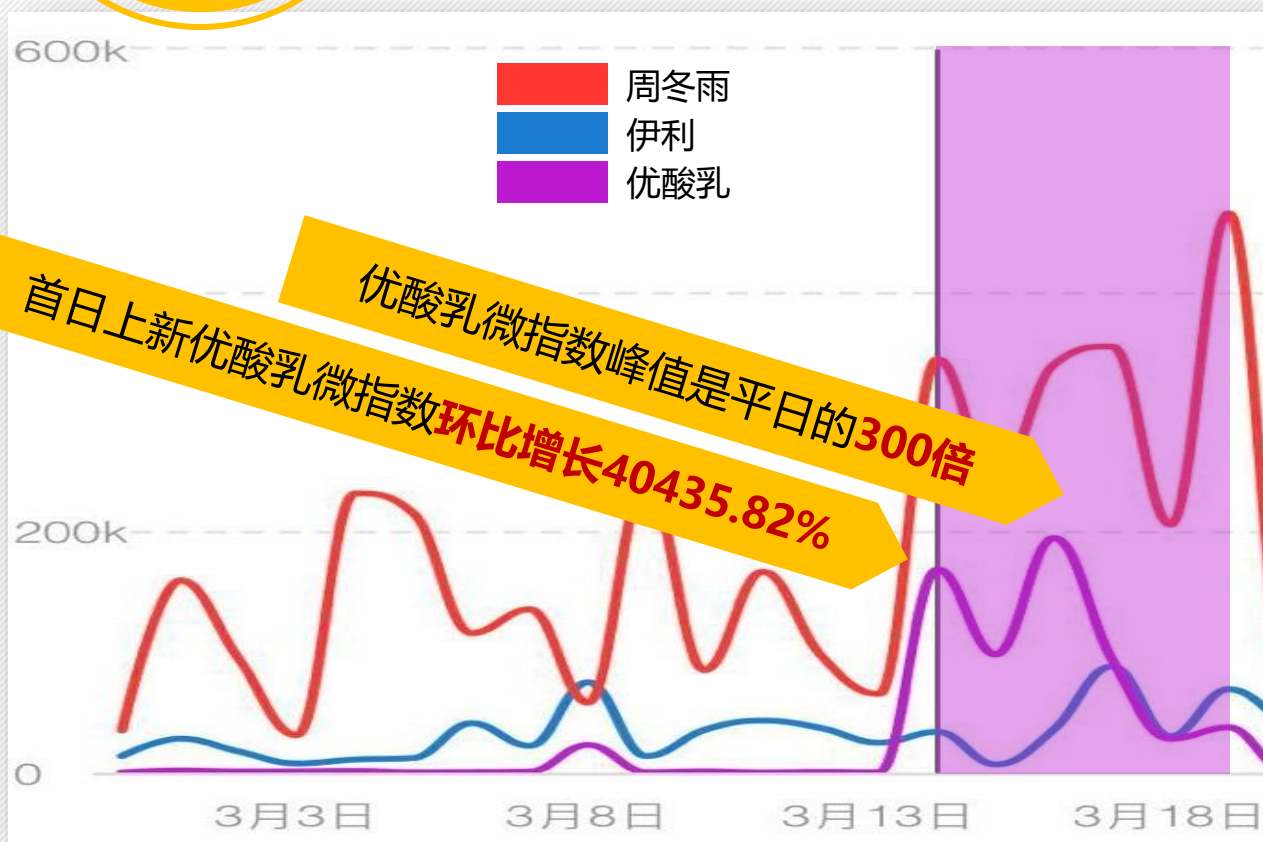


讨论数当日新增



高声量

品牌社交声量高歌猛进



	3月14日指数	环比
伊利	33,870	+36.09%
优酸乳	168,629	+40435.82%
周冬雨	343,034	+424.78%
	3月16日指数	环比
伊利	35,892	+421.00%
优酸乳	194,713	+98.50%
周冬雨	338,657	+40.64%

星绑定

品牌产品与代言人强绑定

有周冬雨的地方就有果果昔!

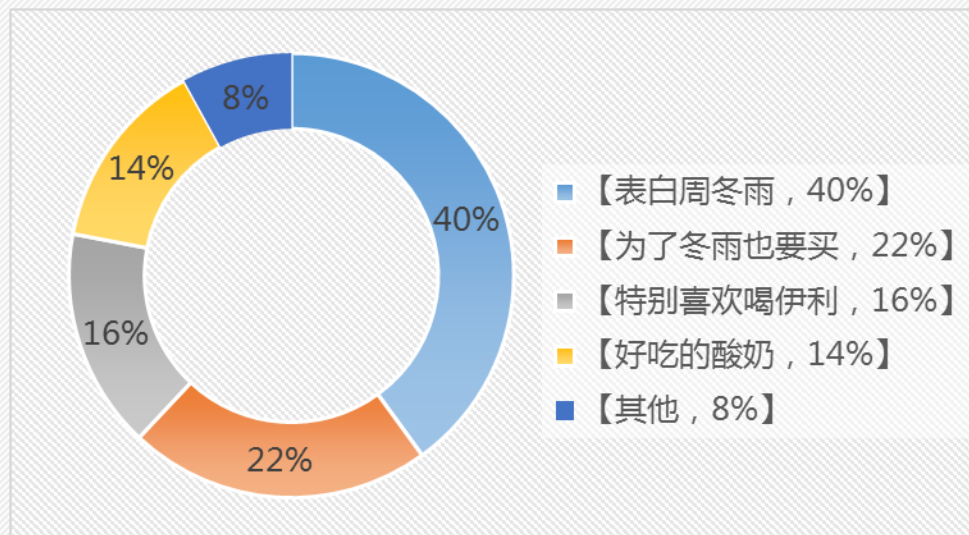
#周冬雨硬核表白#

话题讨论内容词云

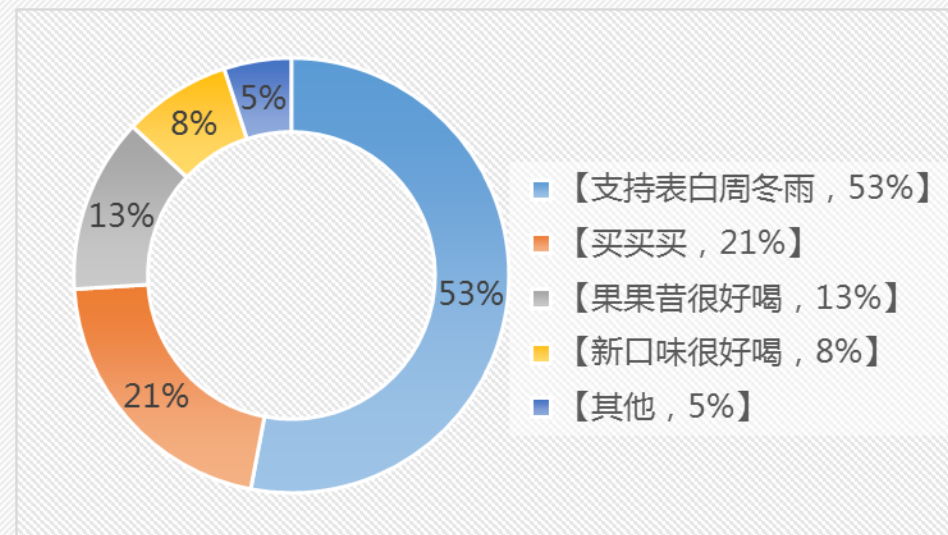
*数据来源：微博



@优酸乳-我要我的滋味 博文评论聚合



@周冬雨 博文评论聚合



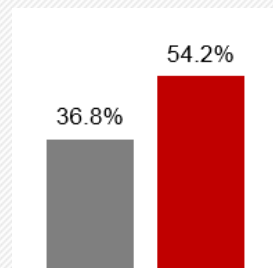
爆款力

网红健康饮品

伊利优酸乳果果昔芒桃蜜语

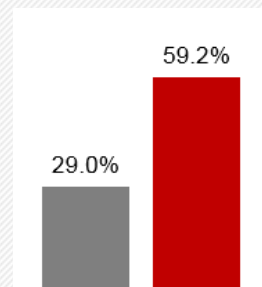
芒桃蜜语专宠周微博投放后，伊利优酸乳品牌和果果昔芒桃蜜语品牌喜爱度和购买意愿大幅度提升

提升率
47.3% ↑



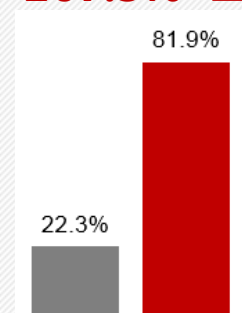
伊利优酸乳
品牌喜爱度

提升率
104.1% ↑



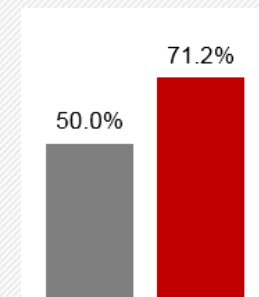
伊利优酸乳
品牌推荐意愿

提升率
267.3% ↑



果果昔芒桃蜜语
产品认知度

提升率
42.4% ↑



果果昔芒桃蜜语
产品购买意愿

年轻化

90^后95^后00^后粉丝占比

品牌年轻化战役



活动前

25.9%

新关注

78.3%

亮点总结



此次新品营销，伊利优酸乳在广场型的微博平台上，用有个性的内容撬动星引力，用有力度的工具释放爆款力。最终，这场宠爱行动为优酸乳带来全网爱的回馈，社交声量高歌猛进，峰值超平日300倍！品牌年轻化战役成功在Social First战略之下达成新高度！