

蒙牛冠益乳 #就想惯着你#

- ◆ 广告主: 蒙牛冠益乳
- ◆ 所属行业: 快消
- ◆ 执行时间: 2019.05.28-06.03
- ◆ 参选类别: 短视频营销类

- 1、冠益乳为蒙牛集团下的低温酸奶产品，历经三年严格审批，成为中国唯一一款保健双功能酸奶
- 2、独有的丹麦BB-12益生菌，具有超强活性，可直达肠道，能够有效改善肠道环境，具有“调节肠道菌群、增强免疫力”的双功能
- 3、**亟需扩大产品认知度，与影响力**



冠益乳®



保健食品
国食健字G20090243
国家食品药品监督管理局批准

- 洞察:

酸奶种类很多, 但是超强活力BB-12益生菌可以“调节肠道菌群、增强免疫力” 却只有冠益乳
酸奶受众很多, 产品忠诚度却一般, 所以冠益乳的机会很大

- 策略: 以冠益乳时刻保护着你的健康为出发点, 将概念进一步演绎为:

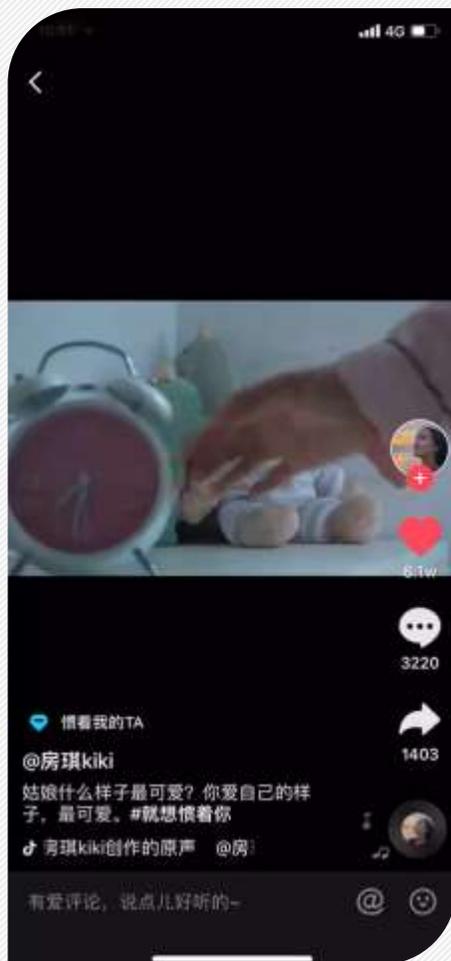
表达冠益乳可以增强免疫力, 保护你的健康, 时刻关爱你的信息, 产出挑战赛

#就想惯 (冠) 着你#

多类型达人参与，情景类输出，带动用户参与



内双无双



房琪kiki



Panadol雅哥



李一檬EMOO



小橙子

贴纸设计巧妙，吸引用户自发参与



「Mvpistilli」、「赤西仁」等多位达人自发参与，生动演绎品牌贴纸

冠益乳「爱的小皇冠」贴纸，将产品包装、icon小皇冠自然融入设计，呼应主题在屏幕上出现“让我惯着你，好吗”魅惑提示，用户点头即可触发贴纸，一秒变身小公主，瞬时感觉“被爱护体”。整体触发流程顺畅，用户互动过程自然，贴纸设计美观，得到广大用户喜爱

主题软性吸睛，吸引明星达人自发参与

#就想惯着你#

明星「张予曦」自发参与，获赞57.5万



从“时刻守护健康”的理念出发，结合近期抖音平台上“爱你三千遍”、“擦拭变美”等热点话题方向，打造#就想惯着你 主题，巧妙融入“冠”与“惯”的谐音，恰到好处地表达了品牌理念，同时又迎合了当下抖音平台上浓浓的宠爱氛围。上线首日参与人数即破27万，7天总参与人数超过57万，作品数约73.8万。

覆盖用户行为全路径，最大化引流挑战赛

发现页 banner



抖音热搜榜单



站内消息推送



话题广场推荐



搜索词置顶



添加话题



热门贴纸栏





上线7天参与人数

57.7万

上线7天播放量

30.3亿

参与视频数 73.8万

互动数
(点赞/评论/转发行为) 7891万

贴纸投稿量 33.9万

贴纸视频播放数 3737万

*参与人数: 参与挑战赛的用户数
参赛视频数: 参与挑战赛的视频总数, 存在一个用户发布多个作品的情况

PR传播 深化影响力



序号	项目	内容	数量(篇)	明细
1	新闻发布	媒体发布	22	门户、科技、时尚类媒体
2	效果呈现-新闻优化	优化效果	2词 (就想惯着你、蒙牛冠益乳)	一、收录量概述 合计发布新闻媒体20篇, 百度收录15篇 二、优化效果概述 【就想惯着你】关键词PC端、移动端资讯栏目页均出现品牌正面新闻 【蒙牛冠益乳】关键词PC端首页、移动端资讯栏目页均出现品牌正面新闻