



Top
Mobile
Awards

高露洁#守护你的笑容# 微博营销

- ◆ 广告主：高露洁
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2016.10.21-11.11
- ◆ 参选类别：短视频营销



Top
Mobile
Awards

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

<http://player.youku.com/player.php/sid/XMjk3MDc3NzU4OA==/v.swf>

背景

随着90后开始成家立业，日化用品的购买者正在悄然向这一年轻群体转变。在日化用户忠诚度普遍不稳定的大环境下，如何吸引年轻消费者成为各大企业的重要课题。

目标

作为日化行业的巨头之一，2016年，高露洁希望借助签约当红偶像杨洋作为高露洁360系列的代言的契机，在双十一前夕联手微博掀起营销热潮，吸引粉丝的同时，带动产品销量。

笑容总裁

#守护你的笑容#



杨洋病毒视频
传播品牌理念





杨洋首发预告

@杨洋icon发布微博
#守护你的笑容#启动，引起首批种子用户的关注

10.21 → 10.22 → 10.24 → 10.31 → 11.10 → 11.11

工作篇预告

补充预告片覆盖

工作篇完整版

完整版内容持续传播杨洋粉丝

壁咚篇预告

内容升级，吊胃口
视频刺激消费者到天猫观看完整版

笑容守护总裁大礼包活动

图文形式传播大礼包活动

视频地址：<https://v.qq.com/x/page/s0340m72f3q.html>

杨洋首发预告

在核心粉丝中引发好奇和传播 为后续视频发布累积人气基础



粉丝头条锁定杨洋粉丝

相较常规博文曝光表现提升**37%** 经过核心用户二次传播，互动暴涨！

视频地址：

http://www.miaopai.com/show/18axW~8L5YBc0cPoZKLn1Q_.htm

11月3日

工作篇完整版（品牌速递）



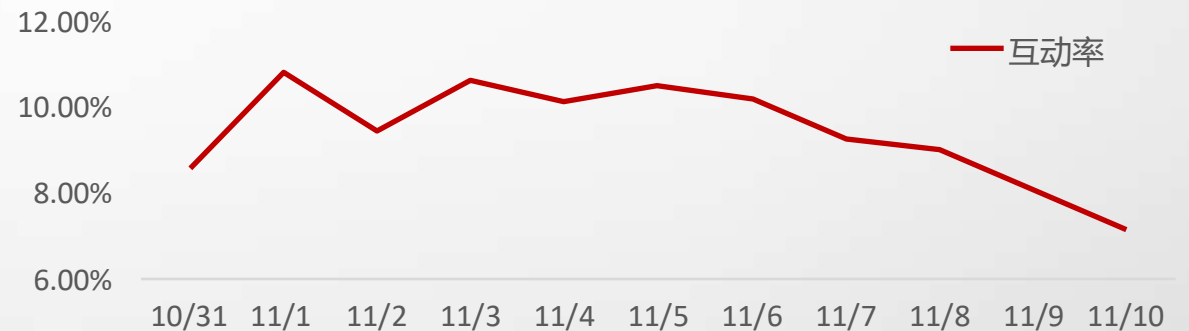
- 1.由于是杨洋帅气的外形比较吸引，且性格阳光，群众基础良好，因此在品牌速递通投的情况下，视频有效播率非常高
- 2.此外，在统计维度上比粉丝通多了评论、@某人、#话题词#均计算互动数，因此互动率较高，但因通投，多数互动均来源于点赞或视频播放，转发等这种粉丝背书的能力较粉丝通弱

10月31日-11月10日

壁咚篇预告



1. 视频内容优质，非常吸引用户观看
2. 由于同一版本投放时间较长，按照系统分配机制，会优先分配给历史互动率高的用户，因此，互动率在后期会下调，但整体互动水平均比行业值优秀



11月11日

笑容守护总裁大礼包活动

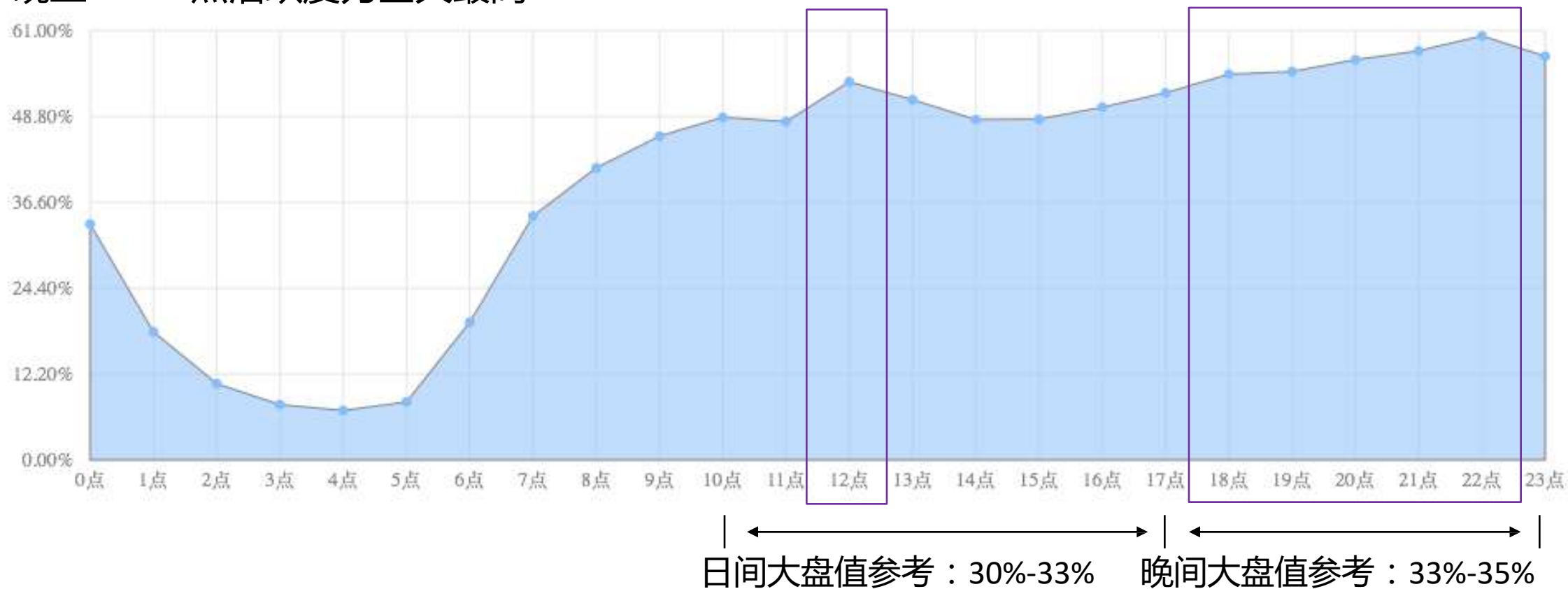


- 1.文案主要引导消费者点图，但点图部分并不计入互动率计算部分
- 2.建议可以增加“抢购”、“开抢”、“霸占”等比较鲜明的字眼来提醒用户购买
- 3.符号【】可用于引导用户动作，或突出重点利益点的字眼

人群画像 > 活跃时段

整体活跃完胜平均值

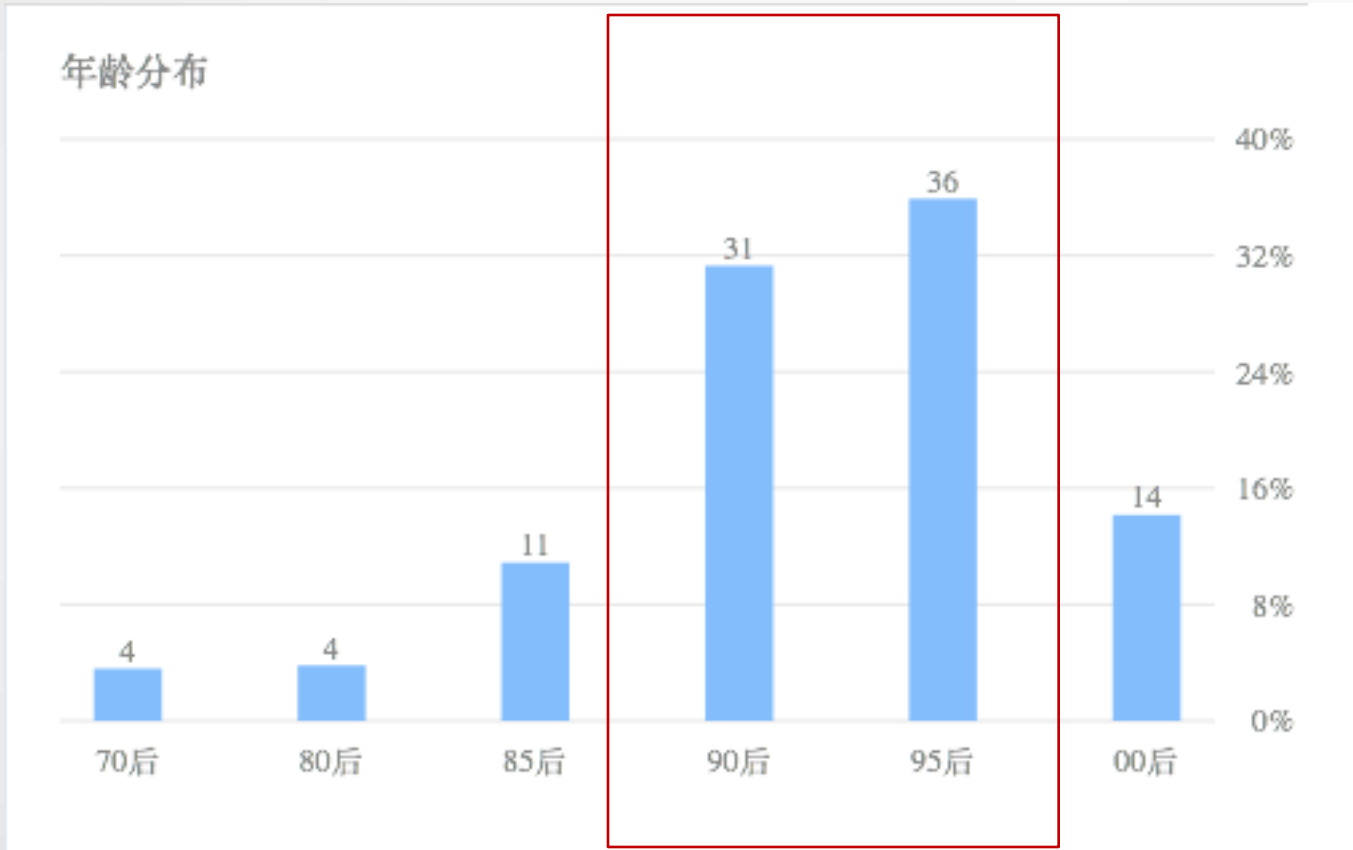
- 参与话题的羊毛们较微博普通用户活跃时间多1.5倍左右
- 从上午11点起，羊毛们开始活跃，午间12点成为第一个小高峰
- 晚上18-22点活跃度为全天最高



热词提炼



从系统提炼的热词可以看出，此次转发和评论的内容非常贴近#守护你的笑容#/#杨洋代言高露洁#的主题



年轻化

超过67%参与话题的用户为年轻的90后、95后，是极其活跃的微博用户