

博朗实力派指南

- ◆ **广告主**：博朗
- ◆ **所属行业**：快消
- ◆ **执行时间**：2017.04.13-04.30
- ◆ **参选类别**：内容营销类

- 1) 博朗已经在知乎进行过两轮围绕3系产品的传播
- 2) 2016-2017博朗希望延续已有基础针对3系产品升级传播，延续在知乎的影响力

博朗签约当红明星胡歌代言，希望借助明星效应与知乎用户达成互动





年龄介于20-30岁
年轻男性受众群体为主

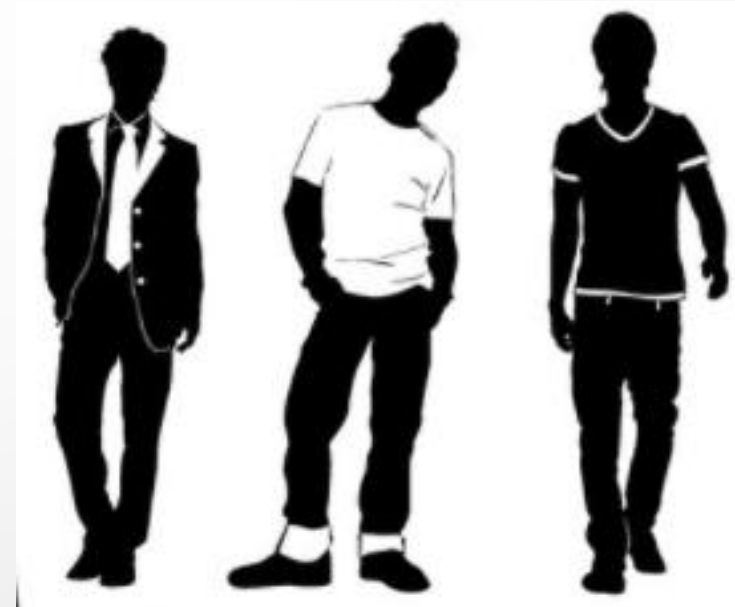
针对博朗目标消费者，
从在校大学生变为初入社会白领，
希望取得成就，获得认可，
渴望成为实力派。

在学习工作上，遇到不懂的问题，可以问老师、问知乎；
而在**颜值实力**这个问题上，
我们的TA更需要需要一个导师，一个示范.....

这位导师，需要具备什么特质？



- 颜值√
- 实力√
- 搭配√
- 造型√
- 影响力√
-



胡歌作为红极一时的“国民男神”，打造一款**胡歌同款须型**，
对想留胡须、想变型男的男人有指导意义！



打造
国民男神
同款须

借势明星效应打造“胡歌同款须”
并以“**胡歌须**”为话题点，进行互动与话题传播

阶段一

机构账号提问征集

应用机构帐号
发动品牌传播

趣味共鸣切入
引发猎奇与关注

「剃须车祸现场」
趣味征集



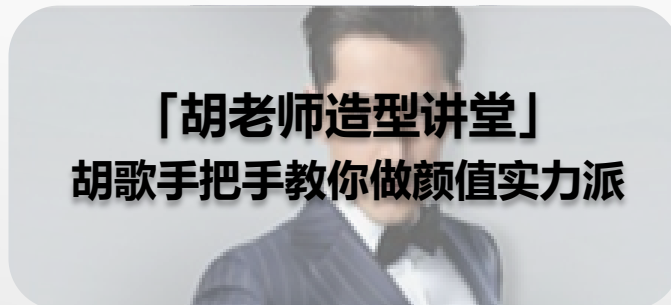
阶段二

互动H5

你可能参加了
一个“假”Live?

剃须出车祸，胡歌来救场
参与造型讲堂，做颜值实力派

「胡老师造型讲堂」
胡歌手把手教你做颜值实力派



阶段三

机构账号回答+瞎扯

内容相扣呼应
促进二次传播扩散

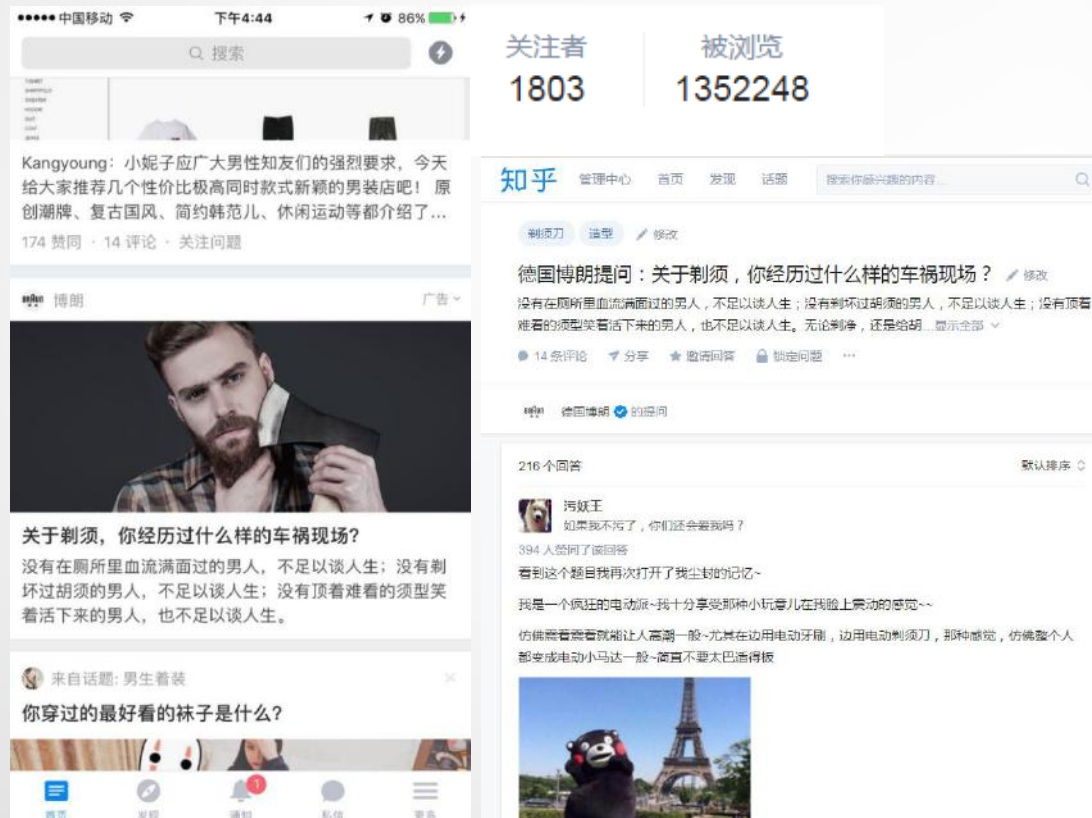
参与课堂，晒出成果
二次扩散，引流电商

「胡须留得帅是怎样一种体验？」
互动扩散



第一阶段原生广告&机构号回答

主题：关于剃须，你经历过什么样的车祸现场？



引导用户分享剃须失败的“车祸现场”，突出造型剃须刀的重要性，为造型讲堂预热。获得大量用户包括KOL的浏览、参与、关注、分享

机构账号提问效果：
投放时间：
2017.4.11-4.17

关注者 1803
浏览数 1352287
回答数 216

第二阶段仿生趣味H5



知乎H5 专题
 投放时间：
 2017.4.19-4.23

UV：42万
 点击跳转：20000
 人均停留：211S
 分享：13000

借助知乎热门收费形式——知乎live形式进行互动。实现邀请胡歌为互动留蓄了胡型，并在H5中分部展示博朗推荐的须型。趣味互动，并引流电商

第三阶段原生广告&机构号回答

主题：胡须留得帅是怎样一种体验？

邀请用户分享帅气胡须造型，让KOL用博朗3系做示范，展示3系的造型能力。同时赠送博朗型男三件套作奖品，提升用户归属感。



机构账号提问效果：
肉放时间：
2017.4.24

关注者 2010
浏览数 927493
回答数 229

第三阶段——知乎日报瞎扯栏目



妹夫
我的博朗剃须刀还是三年前我哥去德国出差给我买的呢，用起来特别赞，现在这是国产了吗？
04-21 11:24

无限极
我之前有同事用博朗，还以为是个国产货！原来是德国的
04-21 10:50

凄凄去也
博朗做广告了啊 这是要进驻中国市场了 好事 希望价格更低点
04-21 21:33

拉希德
一直用飞利浦 直到遇到博朗 终于个性了一把
04-20 19:00

没留时间给自己
他用起来怎么样啊？我还真缺剃须刀
//无限极：我之前有同事用博朗，还以为是个国产货！原来是德国的
04-21 20:08

知乎日报瞎扯
投放时间：
2017.4.24-4.30

阅读：1,874,557
UV：1,631,884
点赞：2195
评论：173
收藏：1789
分享：1854
跳转：39,663

**充分借势代言人明星互动，
输出形式丰富的互动内容，吸引受众参与**



借势明星，充分挖掘合作可能；
提前与代言人胡歌协调，按照H5需求提前蓄须，保障了品牌明星代言资源的利用效率，使H5达成最佳展示效果。

在项目中创新应用了知乎最新的广告形式 知乎原生广告 以及 品牌机构帐号，使品牌信息通过更新颖有效的形式传达至用户

知乎指数

关键字【博朗】热度在项目上线日达到90日内最高峰值，传播活动在知乎中形成有影响力的营销效果

