

a2奶粉一站式明星亲子品牌内容

- ◆ 广告主：a2 milk
- ◆ 所属行业：母婴行业
- ◆ 执行时间：2017.03.30-06.15
- ◆ 参选类别：内容营销类

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

http://v.youku.com/v_show/id_XMjk1NDg0MTY0NA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

密码：in123456

或者
扫一扫看视频

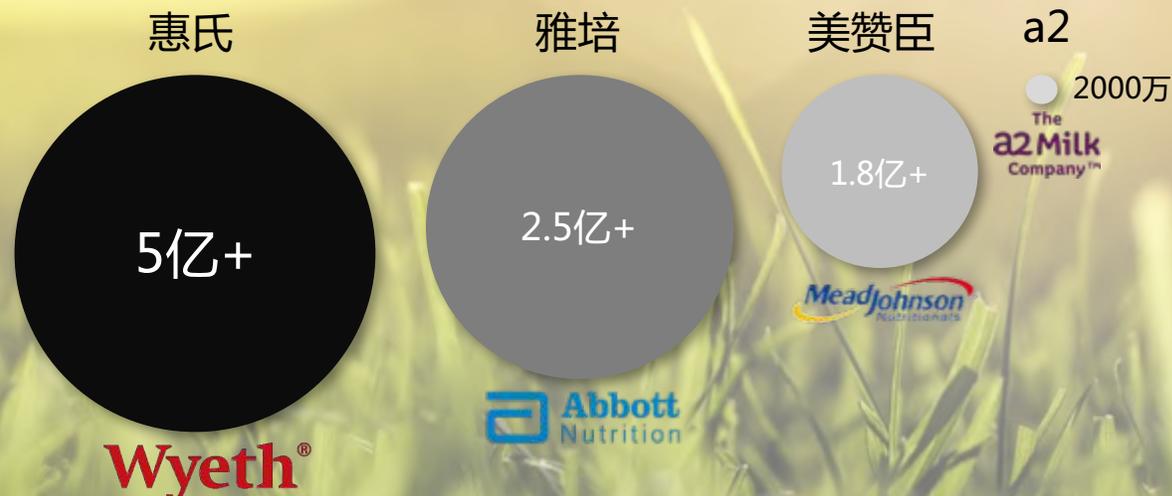


背景&挑战：

来自澳洲的a2milk是含100% A2蛋白质的好牛奶。作为新进中国的品牌，a2milk知名度低，希望产生更广泛的认知。然而奶粉业巨头传播预算多达a2milk的几十倍。

在十分有限的预算情况下，传统的制作广告、媒体采购的方式会使品牌内容淹没在竞品内容当中。

奶粉巨头媒体2016年度投放金额预估（元）



目标：

- 提升a2牛奶的品牌知名度，和消费者对a2牛奶独特优势的认知
- 以巨头几十分之一的微小预算投入，获得最大的传播效果回报

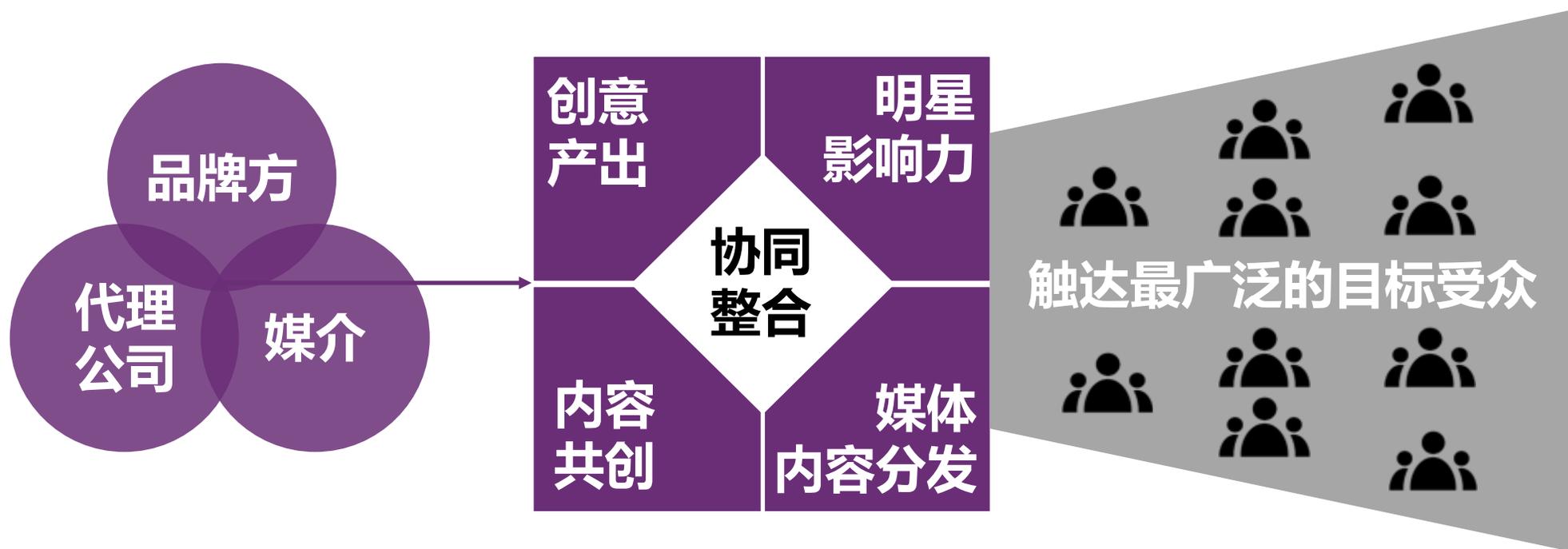
人群洞察：

我们发现，在中国，明星“辣妈”“潮爸”们亲子互动方式受到85后年轻父母的追捧和向往，他们希望体验同样的亲子生活。观察来自于明星亲子类节目的火爆。



策略：

我们以一站式品牌IP专属定制的模式，将创意、明星使用、内容制作、媒体投放全整合，以低投入为品牌打造明星亲子内容。





案例亮点：

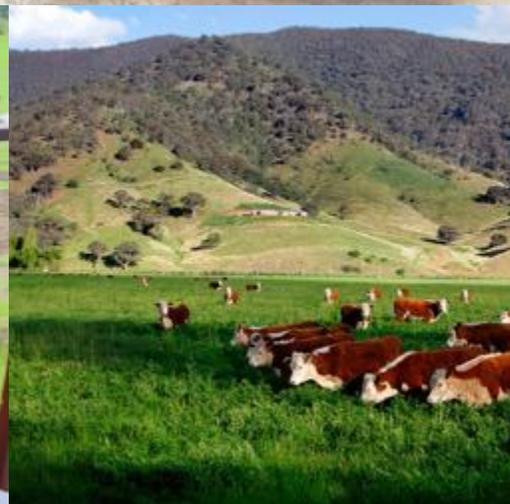
通过一站式品牌IP专属定制的模式，以小成本为品牌创造优质明星亲子内容，帮助新进入中国市场的品牌在传播上以小搏大，获得不同凡响的效果：品牌信息通过明星亲子娱乐内容有效传播，品牌内容在社交媒体沉淀，产品销量显著提升。

创意策略：

与优酷共同打造一款明星亲子旅游节目

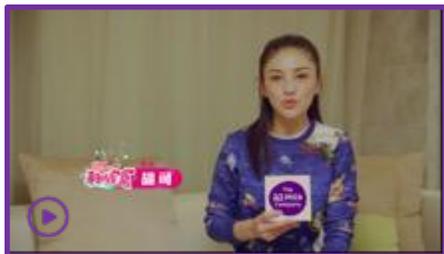
《辣妈宝盒》

邀请当红辣妈胡可携国民宝宝“安吉”，探秘澳洲寻找最好奶源



预告1

(正片发布3周前)
胡可宣告即将赴澳洲拍摄



预告2



(正片发布1周前)
KOL妈妈澳洲探班胡可,
“剧透”现场环境

预告3

(正片发布3天前)
正式预告片, 精彩内容抢先看



《辣妈宝盒》



胡可直播

直播





一站式品牌内容协同共创

媒介&执行



视频平台 IP内容共创

(胡可口播) (KOL妈妈探班) 正式预告 《辣妈宝箱》正片 胡可直播

专题页

互动

预热 H5 H5

垂直媒体 软性内容共创

宝宝树风向标1 宝宝树风向标2

KOM软文 / BBS活动



品牌内容通过共创伙伴的资源和品牌自有平台进行360°媒介分发

媒介&执行

社交平台



母婴垂直平台



电商平台



官网

线下 POSM

视频平台



通过一站式专属定制模式，我们成功地利用一站式的小投入，获得了品牌传播、内容沉淀、明星借势等多重回报。

《辣妈宝箱》
节目播放量：

社交平台声量：

电商品牌词搜索量：

店铺流量：

店铺销量：

1500
万次

增加
276%

增加
220%

增加
51%

增加
25%

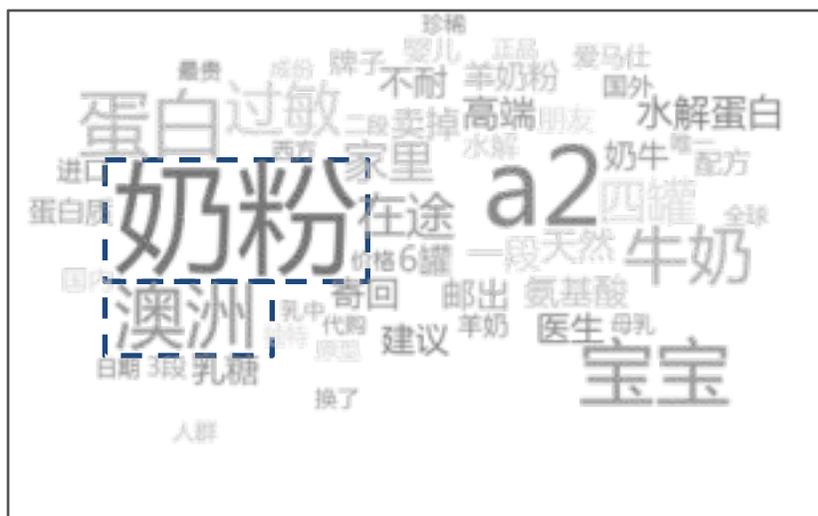
品牌信息展示相当于
2.3亿次TVC播放

良好的口碑反馈：

经过《辣妈宝箱》内容营销战役，消费者对于a2奶粉核心信息“A2蛋白质”讨论度显著提高。

消费者品牌认知词云（基于对宝宝树和妈妈帮论坛的社会化聆听）

战役前



战役后

