

宝洁青春回忆录新篇章

- ◆ 广告主：宝洁（中国）有限公司
- ◆ 所属行业：日化
- ◆ 执行时间：2017.06.22
- ◆ 参选类别：电商营销类

品牌营销的背景和目标：

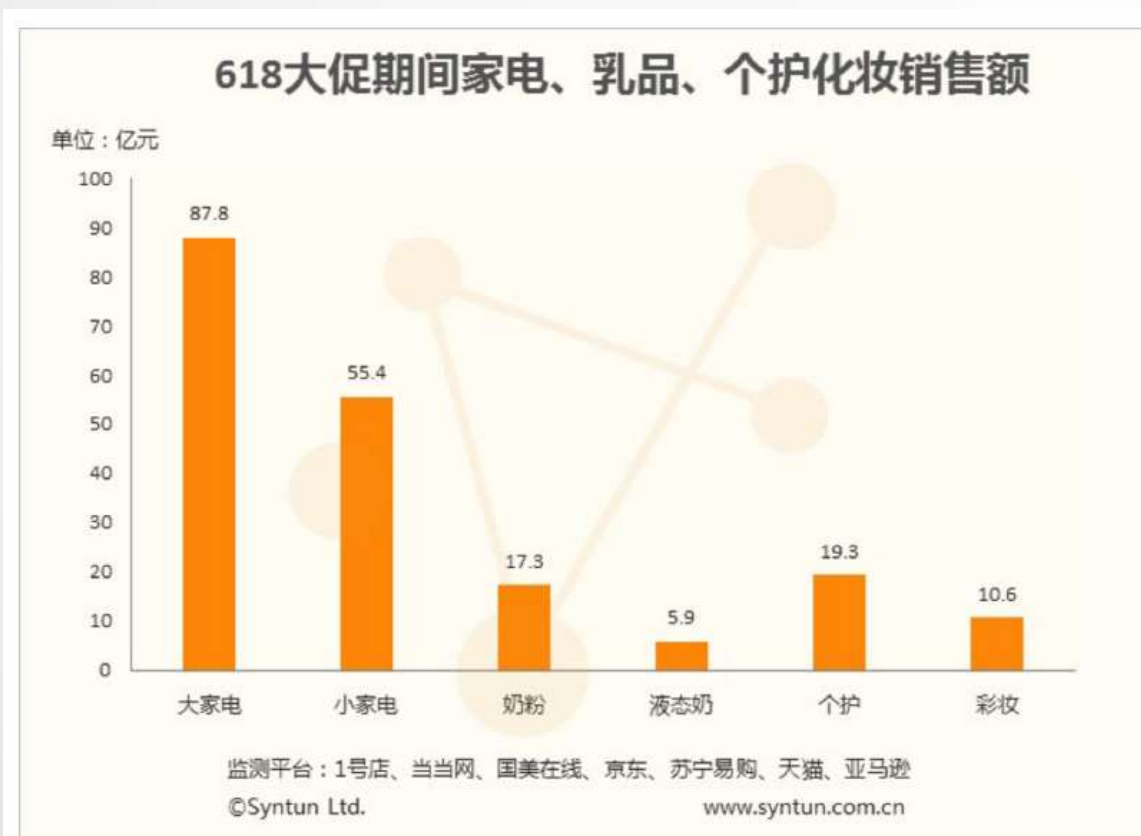
宝洁622京东超级品牌日，P&G集团与京东平台共同投放站内外多点资源引流与露出，在618后的流量低谷，最大化聚合大流量至超级品牌日。

在各个触点上，需要进行内容性的沟通，同时利用大力的促销机制，转化流量，达成最终销售。

面临的挑战和困境：

在全民年中购物节结束后两天（622）的超级品牌日
如何让疯狂购物十多天的消费者再进入买买买的状态？

我们发现：



从2016年的618数据分析可以看出：

消费者在京东618主要购买的产品是大家电和小家电，个护只是占整体份额的一小部分。

我们发现：



JD HABA TA在618已经囤购大批P&G的个护产品，
622再囤一次的人比例不太大

但是，**京东平台的消费群**在618主要集中购买
大小家电，622囤购个护产品的可能性极高

人群策略：

JD HABA TA
21-40岁都市时尚女性

接受过良好的教育,追求品质生活

四大及一线城市的收入及花费水平

对价格敏感度低，但注重性价比

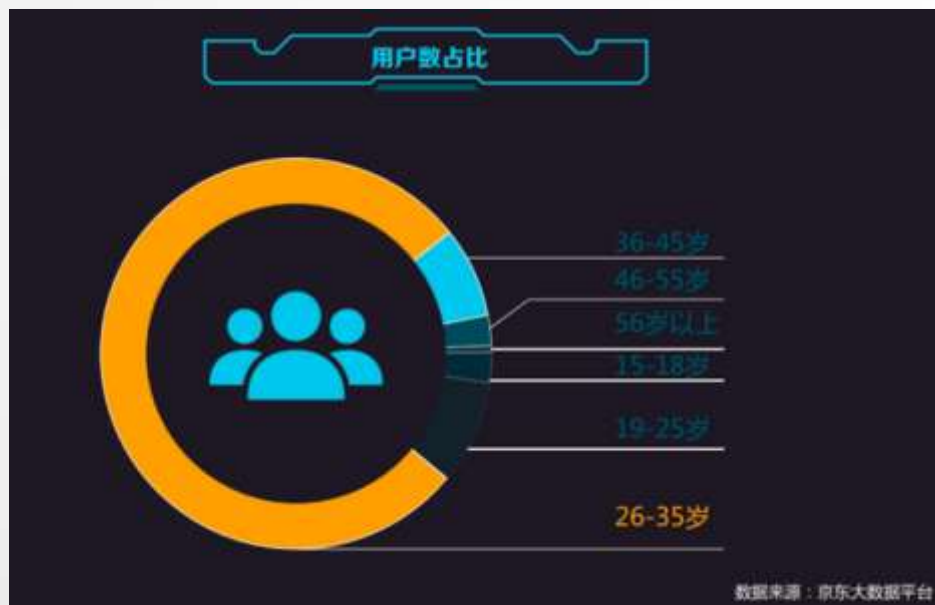
购买目标清晰，直接搜索购买

转变

京东平台消费群



26-35岁的80后年龄段用户占比超70%
京东平台线上销售的主要购买者



P&G是**陪伴着**京东平台消费群**长大的**
几乎每一个**都有使用过**P&G的产品
只是随着市场发展与竞品抢占市场，客群有所流失

P&G通过622超级品牌日全面捕获京东消费者

关键洞察：



每个人都曾经有过一支P&G的产品
每一支P&G产品背后都有着你的青春故事

活动主题与沟通策略：

《宝洁青春回忆录新篇章》

重现每一个代表性产品与消费过去的青春故事

传递P&G 29年来一直陪伴在身边

坚持给消费者健康个护产品不断创新

“让你亲近每一天”

活动KV：



活动一览

Catch——站外站内全触点马引流，最大化为活动引流

站外



朋友圈广告定投 微信公众号底通
广告全面全天投放



搜狐新闻、网易新闻等媒体投放



微信、手Q资源投放引流

站内引流



PC端 APP站内多点引流

站内流量闭环



尖货会场

活动主会场

超级量贩

Connect——情怀性的故事沟通，
全面覆盖消费群体

站外



故事性H5创造内容沟通

站内



货架沟通文案与情怀调性的回忆设计

Close——常规大促机制配合创新性的
Plus会员机制，创造最大转化



京东大促常用的199减100



622超级品牌日特色机制



量贩团：部分选品促销机制



按照销售波峰添加的两档满赠机制

Continue



*Plus会员在活动结束后可以定时发券

Catch—站外引流

微信、手Q资源投放引流



新浪首页超屏



网易客户端信息流



网易新闻、喜马拉雅FM、WIFI万能钥匙APP 开屏广告



网易首页普通浮层



什么值得买广告投放



搜狐新闻首页广告



爱奇艺PPS首页换肤



腾讯视频贴片引流



朋友圈广告定投



微信公众号底通
广告全面全天投放



Catch—站外引流

京东APP首页异形与开屏广告



全员Push、分类icon、APP首页通栏、搜索



个护清洁banner、京东超市banner、APP首焦、京东秒杀banner



PC氛围图、个护馆氛围图、个护化妆馆氛围图



Connect—情怀性故事沟通

重现宝洁集团下每一个品牌在过去的29年里
经典的产品与消费者发生的经典故事
宝洁与你一起重拾青春回忆

Connect—情怀性故事沟通

旧时光1



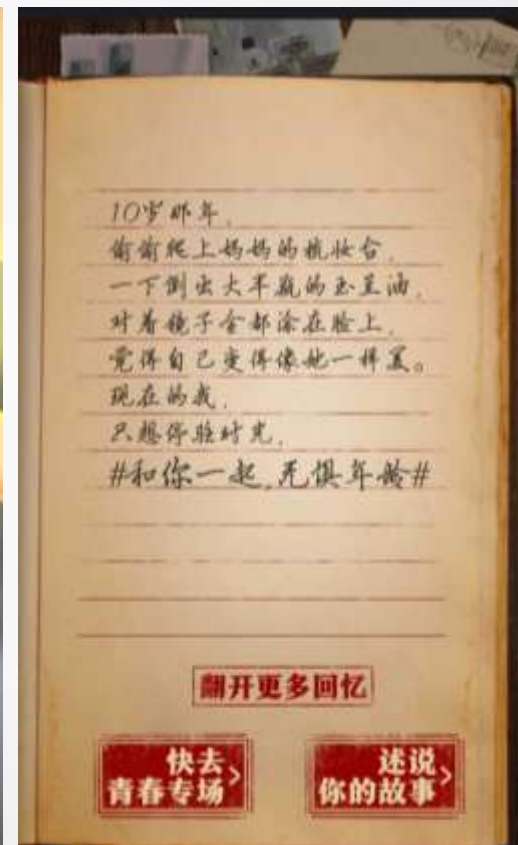
旧时光2



旧时光3



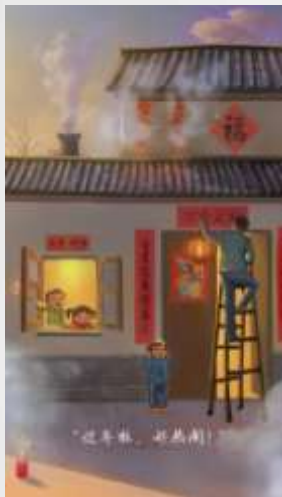
对旧时的话



Insight：妈妈总会坐在化妆台前把各种东西涂脸上，化妆台对小时候不理解的TA，有着魔力，让好奇的TA去一探究竟，但浪费化妆品总让妈妈生气，TA印象深刻。

Connect—情怀性故事沟通

旧时光1



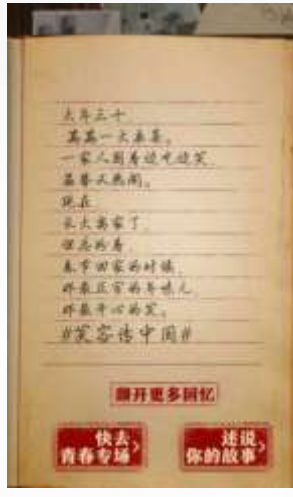
旧时光2



旧时光3



对旧时的话



Insight：春节是一年中最喜庆的日子，一家欢聚的时刻，总有很多欢乐欢笑的时刻，温暖而美好，出动大家的情感共鸣。

旧时光1



旧时光2



旧时光3



对旧时的话



Insight：在我们的青春中，总有一班好闺蜜陪伴身边，一起犯花痴，一起聊女孩子的心事，那份纯真成了TA的珍贵回忆。

Connect—情怀性故事沟通

旧时光1



旧时光2



旧时光3



对旧时的话



旧时光1



旧时光2



旧时光3



对旧时的话



旧时光1



旧时光2



旧时光3



对旧时的话



旧时光1



旧时光2



旧时光3



对旧时的话



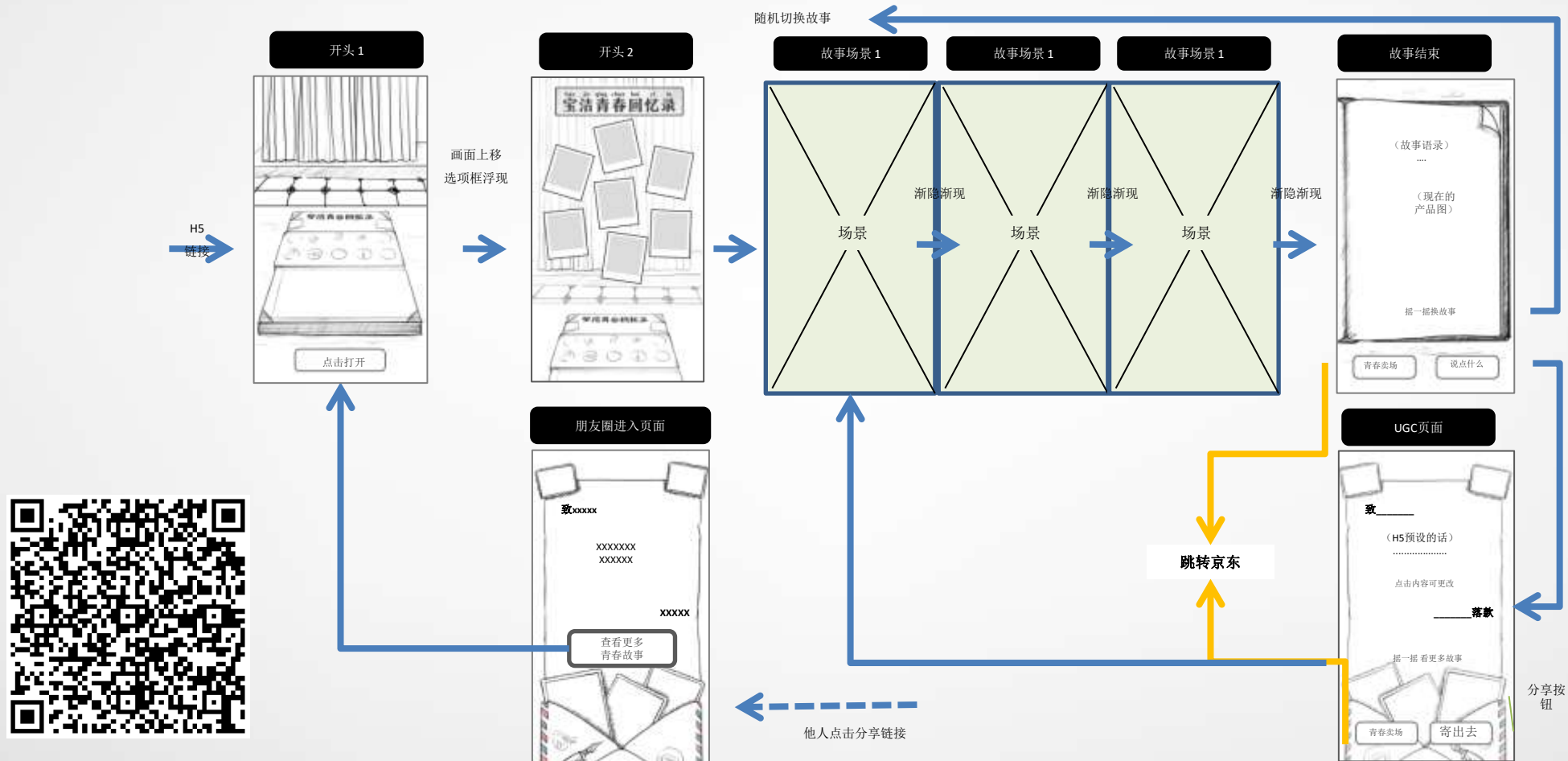
Connect—情怀性故事沟通

H5流程



H5链接：<http://demo.i2mago.com.cn/memoirs/index.html?from=timeline&isappinstalled=0>

H5线框流程



H5链接：<http://demo.i2mago.com.cn/memoirs/index.html?from=timeline&isappinstalled=0>

Close-促销机制

活动主机制：京东大促常用的199减100



622超级品牌日特色机制



每一次尝试使用Plus会员制度，活动前担心券的领用率会不高，但是结果非常地好，早上9点10K张券已经全部被抢光。

按照销售波峰添加的两档满赠机制



量贩团：部分选品促销机制



Close-促销机制



尖货会场



活动主会场



超级量贩

622活动效果

