

Tampax 头条选择

- ◆ 广告主：Tampax
- ◆ 所属行业：快消行业
- ◆ 执行时间：2017.01.01-02.30
- ◆ 参选类别：创意类

- 在中国，目前只有2%的女性在月经期使用卫生棉条，美国卫生棉条品牌翘楚Tampax，在1994年前后曾经进入中国市场，然而因消费时机不成熟，最后以退出告终。
- 在二十年后的今天，Tampax希望重新返回中国市场，为中国女性带来方便，解放经期条条框框的束缚。
- 不论是二十年前，还是在今天，市场环境在变，但中国女性对卫生棉条却依然排斥。
- 如何改变消费者的认知，使她们有兴趣体验卫生棉条，是我们首要解决的问题。

- 我们发现，女性消费者在选择时，往往会出现从众心理，
- 她们更注重口碑、评论、别人的经验，并容易受到榜样的影响



- 基于消费者的洞察，我们希望为消费者建立一种选择的榜样引导。
- Tampax产品上市期间，恰逢美国总统大选，希拉里的女性支持率远超其他候选人，得到众多女粉丝的支持，
- 于是我们抓住机会，基于Tampax在美国拥有70%的支持率的事实，借势热点，提出了“女人的头条选择”的创意，抢头条，表达Tampax超越希拉里成为女性的头条选择



执行1：贴热美国大选，传递头条信息

为了让消费者印象深刻，我们将这场票选大赛以体育竞赛的形式做生动诠释，以病毒视频，海报等方式，表现川普与希拉里之间的激烈角逐，但结局出人意料，最终赢得选择大赛的却是Tampax。



执行2：与今日头条合作，制造话题

同时，Tampax联合《今日头条》发布了“Tampax打败美国总统候选人，是美国女性的头条选择”的新闻。用户还可以借机生成独家新闻，让自己登上“今日头条”，满足娱乐的同时，更主动帮品牌做宣传。



执行3：转化社会热点，引发反思

话题的引爆需要更多的推动力，最大的挑战来源于是大部分中国女性的传统性偏见，我们以北京师范大学发布的《小学生性教育读本》受阻热门事件为引子，在微博、知乎、微信等社交媒体发起了一场“中国女性为何不用卫生棉条”的讨论，直面性偏见和处女情结等社会问题。

浪里赤条小粗林 ★

得知校方要收回那本那本《儿童性教育读本》，真的整个人都气得发抖。一个团队和一小撮人，做了大量的文献研究工作，九年的教学试验，踏踏实实千辛万苦迈出了一步，就这样被那群顽固愚昧的家长和李铁根（对，你删博又如何，我指名道姓骂你）这种傻逼营销号为了热度断章取义给毁了。

其实只要看过几页那 ... [展开全文](#)



3月6日13:33 来自 微博 weibo.com

收藏 | 转发 127875 | 评论 14407 | 点赞 137868

对原微博的转发

流沙龙见：说一下吧，性知识一开始来源是小黄书。小孩从哪里来大概是电视剧？高中时混过一段时间的贴吧看过吐槽开车不科学的地方实则科普的帖子。卫生棉条好像是微博安利后才去找科普来看，然后才慢慢知道所谓初夜流血处女膜的说法很搞笑。流血表示太粗暴技术差劲。我猜有很大一部分女孩子根本不知道流血反而不好

3月7日00:35 来自 微博 HTML5 版

收藏 | 转发 1 | 评论 | 点赞

sayuri日本代购

真的觉得我国性教育太缺失了 有次无意中说到**卫生棉条**，我妈严肃的说：你还没结婚不能用的，**处女膜**要破的 我..... ??? 槽点太多都无从反驳了□□□

3月28日18:27 来自 iPhone 7

收藏 | 转发 | 评论 8 | 点赞 3

「卫生棉条真的比卫生巾用起来舒服吗？」

来自 微博 weibo.com

转发 43 | 评论 142 | 点赞 185

化妆师miuo ✓

「卫生棉条真的比卫生巾用起来舒服吗？」



3月30日02:01 来自 微博 weibo.com

收藏 | 转发 43 | 评论 142 | 点赞 185

-咩咩-哒 ★

我同事买了**卫生棉条**回来，一群老妇女在那儿逼逼什么**处女**不能用，什么什么的，笑的特别开心，无知真可怕，把无知当娱乐更可怕😂

3月16日16:50 来自 iPhone 6s

收藏 | 转发

丁丁_yu ★

卫生棉条让我感觉开启了新世界的大门，睡觉任意打滚的感觉简直不要太大！

3月30日09:24 来自 iPhone 6

收藏 | 转发 | 评论 13 | 点赞

执行4：病毒视频，激发热议

同时，我们还用一直偷拍病毒视频，揭秘部分大男子主义的男性对于卫生棉条的误解，引起女性的关注，并激起逆反心理从而产生体验卫生棉条的想法。



博露齿一笑 

妹子们每个月都要忍受七天的剧痛已经是很心疼了，用个棉条还要被骂？标签女性什么的简直不能忍！所以现在男生在背后都是这样讨论自己的女票的吗？@范活活Vila 活活姐快来为我们做主吧！给我来一箱丹碧丝！ 秒拍视频

2月22日17:40 来自 微博weibo.com

收藏 | 转发 895 | 评论 416 |  395

执行5：明星直播，引导销售

为了承接一系列的热议，同时为品牌电商平台导流，我们邀请先锋女星范湉湉在天猫直播平台，打破禁忌，撕碎偏见，引领女性自我认知。



执行6：招募头条体验员，促进试用

最后，我们还邀请女生成为Tampax卫生棉条“头条体验员”，摆脱束缚，让经期有条条，无框框。



丹碧丝 TAMPAX 招募头条体验官
头条福利请你去马代

招募人数：1人
行程日期：2017年1月28日-2月4日 (8天7晚)
登船点 - 离船点：Male - Male
行程路线：马尔代夫中部环礁
费用：免费的船位体验! (原价¥13000)

@Tampax丹碧丝
weibo.com/u/5973285734



登船时间：2017年1月28日下午3点至晚上11点
离船时间：2017年2月04日上午10点

Rani是一艘经济型的专业潜水船宿游轮，由一支国际潜水团队管理运营，主要线路是马尔代夫中部环礁和南部环礁。游轮长35米，宽11米，巡航速度最高可达11海里/小时，船上配备高标准的设施，最大载客量为22人。

住宿环境：共有十一间客舱，所有客舱均配有空调、私人卫浴、衣柜，客舱服务及干净的浴巾。

免费体验项目：
 马累机场欢迎仪式；
 船宿期间的住宿（双人入住制度）；
 船宿期间的三餐以及下午茶点，小吃等；
 船宿期间的饮用水，速溶咖啡，茶水等自助饮品；
 船宿期间的潜水项目（共计17潜，包括16次日潜、1次夜潜）；
 12升的潜水气瓶（数量有限，需先申请）；
 潜水向导/潜导费；共计3位；
 12%的马尔代夫政府税收 (GST)；
 船宿期间的海岛观光项目；
 海陆BBQ晚餐一次。

需自费项目：
 行程中涉及到的国际机票/酒店等额外费用；
 马尔代夫环保税 (Green Tax)：42美金/人；
 高氧潜水附加费：80美元/人/周；
 潜水装备租借费；如需请告知；
 船宿期间的酒类饮品和软饮消费；
 潜水保险：必须持有，如靠49美金/人/周 (DiveAssure)；
 旅行保险/取消保险：建议购买，但不强制；
 全体船员小费：游轮公司建议每位旅客支付45美金即可。

@Tampax丹碧丝
weibo.com/u/5973285734



Tampax丹碧丝 V
1月9日 13:03 来自 微博 weibo.com

#有条条无框框#Tampax丹碧丝来了，无感经期我就要玩水！我要招募体验员啦，免费马尔代夫船宿之旅！只要你持有AOW潜水证，只要你是我的粉丝……关注官微并大声喊出来拥有我的无感经期体验@Tampax丹碧丝，获得转发最多的粉丝就可以跟着我前往潜水圣地马尔代夫哦！获得转发量前20名的粉丝也会获得Tampax丹碧丝试用装一盒！报名时间仅五天，心动不如行动。

☆ 收藏 16 8 8

CleoHo V：心塞，今年年初拿的是PADI的开放水域……也是带着Tampon强行下水……不知道能不能参加呢，不过衷心希望这类解放女性的产品能在国内普及，国内真的太不好买！
查看图片



在这场改变消费者认知的营销活动中：

"女生头条选择"的病毒话题刚推出**四天就超29.1万人围观**，

病毒视频的播放量高达**16万次**，并引来了数以万计的互动讨论，

天猫直播的在线观看人数**超过1.5W**，

直播后，天猫销售**三天破百万**，实现中国卫生棉条市场的新突破。

整场营销从引发关注、激起热议、产品种草、再到销售引导环环相扣，解决了从品类教育到实现终端销售的任务，为品牌进入中国市场铺平了前行的道路。