

# 香港美赞臣全面营养口碑营销

- ◆ 广告主：香港美赞臣
- ◆ 所属行业：母婴
- ◆ 执行时间：2017.06-08
- ◆ 参选类别：媒介整合类

## 项目背景

### 全面营养，一路爱相伴

从孕早期到宝宝出生，香港美赞臣的产品都相伴左右，为不同阶段人群提供全面的营养。17年6-8月，在“一路爱相伴”的大主题下，香港美赞臣重点在“营养爱相伴”的方向下，打造品牌“全面营养”的形象，并重点输出海量的高质的buzz，从而引导用户成为品牌粉丝



# 推广目标



如何在兼顾“全面营养”的形象传播的同时，完成海量高质的buzz，以及新会员的转化？

# 人群洞察

辣妈 **爱萌萌哒**

辣妈 **爱互动**

辣妈 **爱分享**



## 概念传播

趣味内容，寓教于娱

通过营养记录小工具和H5互动小游戏，传递香港美赞臣“全面营养”的概念，并输出海量优质的buzz，引导更多目标消费人群转化成为品牌新会员。

## 策略 思路

## 聚合优化

无孔不入，引导新会员转化

在孕晚期帮创建“全面营养”口碑专区，聚合所有优质buzz，并通过SEO优化，精准拦截、影响与引导更多目标消费人群转化成为品牌新会员。

打造营养发声团。通过KOL和普通用户的产品体验，让用户自发输出产品优质buzz。引导更多目标消费人群转化成为品牌新会员。

## 营养体验

辣妈体验团，为爱发声

# 亮点

## 以一当三

概念传播教育、buzz输出和NMA留资三大方面，  
用创新的形式完美结合。

每一个环节的每一个资源都紧紧围绕三大目标开展，  
以确保传播效果最大化。

## 一、概念传播

### 1. 营养记录小工具——《我的营养“美”一刻》

洞察孕妈为了腹中胎儿的健康发育，喜欢记录孕期饮食的习惯，香港美赞臣联合辣妈帮打造了一款帮助孕妈记录孕期“全面营养”的小工具。

从而精准拦截孕期人群，在孕妈在记录的互动中接受香港美赞臣“全面营养”的概念，并自发输出buzz，及加入香港美赞臣的会员。



用户通过勾选即可快速进行营养记录，完成提交后，会以#我的营养“美”一刻#固定格式，自动生成帖子，发布在孕晚期帮【全面营养】品牌专区中。加上会员招募入口的强曝光强引导，实现了概念传播+buzz输出+会员转化三大效果。



## 2.H5趣味互动小游戏——《营养闯关记》

洞察妈妈喜欢趣味性、互动性的内容，香港美赞臣针对孕中期至宝宝出生3大阶段人群，设计了一款趣味互动小游戏。通过孕中期、孕晚期、宝宝出生3大阶段的营养闯关，传递香港美赞臣一路爱相伴的“全面营养”形象。



扫描二维码体验H5

以香港美赞臣专属的漫画人物不同孕育状态的形象，通过走酷的游戏形式，在具有香港特色的游戏场景中，闯关吸收路上摆放的香港美赞臣的营养产品，从而达到“全面营养”与产品的深度结合的教育与传播。并通过晒战绩的形式，引导用户以固定格式自发输出“全面营养”的buzz，发布在孕晚期帮【全面营养】品牌专区中；通过抽奖的礼品和优惠刺激，引导用户转化成为品牌新会员。



## 二、营养体验

打造香港美赞臣“营养发声团”，通过KOL和普通用户两大角度，为产品输出更具深度的口碑。

### 1. KOL软文

邀请了7名KOL为香港美赞臣的“全面营养”的全线产品发声，输出更深刻优质的产品buzz。并在软文中嵌入留资入口，引导用户转化成为品牌新会员。



## 2.辣妈试用

针对“全面营养”的产品分别开展了产品试用，让普通用户通过产品体验的形式，自发为产品输出更深度的buzz，并在试用报告中嵌入留资的入口，引导新会员的转化。



## 三、聚合优化

### 1.孕晚期帮【全面营养】专区

孕晚期帮聚集大量关注孕期健康、营养补充的辣妈，是香港美赞臣目标受众人群聚集地。

香港美赞臣在帮派中建立一个【全面营养】品牌专区，精准拦截了3000w+孕晚期目标标准妈人群，保持了高度和持久的曝光，让“全面营养”的概念深入人心，从而影响更多的用户转化成为品牌新会员。



## 2. SEO优化

通过香港美赞臣、营养、DHA、香港奶粉、进口奶粉、补钙、维生素7大关键词的搜索优化，让用户主动搜索相关内容时，第一时间精准拦截并推送【全面营养】专区，引导用户进行新会员转化。

# 1608%

2017年6-8月，  
香港美赞臣buzz总量为23317，  
相对于1-5月，  
buzz量提升了1608%。

# 130%

截止8月20日，6-8月，  
香港美赞臣NMA完成量为99727个，  
完成了130%KPI。

**【客户反馈】**整体营销思路非常清晰，形式很新颖，内容极具趣味性，对消费的洞察很到位。尤其是Buzz方面，取到飞跃性的效果，留资也超额完成。整体的传播效果非常满意。