

Got2b Gentleman非凡男士系列上市活动

- ◆ 广告主：施华蔻
- ◆ 所属行业：洗护类
- ◆ 执行时间：2017.04.21-04.24
- ◆ 参选类别：视频直播营销类

品牌营销背景

- 2017年4月施华蔻重磅推出第一款男士造型产品Got2b Gentleman非凡男士系列，新品拥有先锋木香型的绅士芳香，4级持久支撑力，自然光感，适用于男士背头造型。
- 作为施华蔻第一款男士造型产品，为近一步推动产品在目标群体中的影响力，品牌希望通过一波生动、有趣、且具有意义的传播活动，来带动品牌及新品的市场关注力，从而来转化新品销量。
- 与此同时，在品牌Got2b的建设上，在品牌“型人速成”的诉求上，通过积极的软形象或公益形象的打造，加深受众对品牌的正面印象，近一步拓宽目标用户面。



营销目标

- 提高Got2b品牌知名度，扩大声量
- 传递品牌软形象，提升品牌亲和力
- 传递Got2b新品GENTLEMAN系列RTB，引导产品销售（线上&线下）

面临的挑战和困境

- 大家对施华蔻品牌比较了解，但是对旗下的Got2b - Gentleman系列不了解，此次传播希望提升产品的知名度，及提升大众对产品理念的认知。
- 对于品牌软形象的输出，包括公益活动的打造，当下很多公益活动大多流于表面，如何打造积极正面兼具影响力的公益活动，帮助品牌建立软形象，丰富品牌对外沟通面及曝光率。

目标人群的洞察

Got2b 专为年轻男士打造的品牌，通过洞察我们发现，他们：

在生活上：他们大部分受过良好的教育，拥有一定的经济基础，接受新鲜事物的能力较强，好追热点，有着极高的互联网使用频率。

在心理上：正值飞速成长下的他们，成为当下最忙碌的人群，他们兼顾着生活的方方面面，他们注重外在，更不忽略内在的成长，他们包容力强，愿意自省，通过不断完善自我实现快速成长。

总结：基于洞察，我们发现他们除了热爱时下最时髦的东西，也注重内心的成长和感受，因为年轻，他们童心未泯，因为成长，他们越来越勇于担当，积极、乐观、向上的人生态度只为成就更好的自己。

创意阐述

结合对于目标人群的洞察，通过对于Gentleman主题内容的深度挖掘，品牌在对Gentleman系列进行传播时主张，**绅士不仅仅是注重外表，更重要的是做正确的事情，伸张正义**，以此来引发受众对新品加深印象，并与目标人群通过有效的情感互动，提升品牌的亲和力及影响力。



执行策略

Viral video



通过VCR深入沟通真正的绅士不仅是存在外表上，而内心也充满正义

Viral video传播



TM直播



通过直播进行绅士与流浪宠物的交谈及造型改造，呼吁大家只要你做对的事情，你就是绅士！

天猫直播

在传播上首先通过viral video让受众了解品牌所主张的绅士定义；

其次，通过一场公益事件（爱心流浪狗直播），让受众对品牌加深印象，建立品牌软形象，提升亲和力及影响力，通过公益形象的打造，深化品牌印象，提升品牌的认知度，通过正向的话题沟通，提升品牌的美誉度。

通过天猫直播帮助活动引流，并运用直播互动，边买边看，弹屏互动、微信互动，通过有效的激励机制进一步促进产品销量。

传播策略



执行过程

Step1，预热阶段

内容：打造“非凡绅士” Viral Video视频

目标：通过“非凡绅士” Viral Video的打造，向受众传递品牌对“绅士”的定义及主张，绅士不仅仅是注重外表，更重要的是做正确的事情，伸张正义！通过Viral Video的诠释品牌核心主张，并以此引出流浪狗主题，为后续的公益活动做铺垫。

配合媒体传播：主流视频媒体、官方双微、微博&微信KOL，天猫平台

视频链接： <https://v.qq.com/x/page/i0547h7s56m.html>



扫码观看视频

官方双微、 微博&微信KOL 传播截图



执行过程

Step2, 热度打造

内容：公益活动“绅张正仪”直播活动

目标：配合新品“非凡绅士”主张，通过公益直播活动，充分提升市场关注度，并通过带流浪狗回家的爱心主题，激发更多年轻人的关注及响应，在提升品牌关注力，亲和力的同时也向社会传递出品牌所倡导的正面价值。为产品的输出创造了良好的沟通环境。

配合传播媒体：天猫直播平台、官方双微，微信微博KOL导流直播

直播精彩剪辑： <https://v.qq.com/x/page/x0547n0dopb.html>



扫码观看视频

官方双微传播截图



微博&微信KOL传播截图





宠物医院
开场
10mins

聊一些流
浪猫狗的
遭遇
30mins

做造型
30mins

完成KV
拍摄
10mins

男神送狗
30mins

结尾
10mins

开场，口播机制

- 了解机车男是什么性格
- 了解关于流浪猫狗的心酸历史
- 主持人口播机制，呼吁网友互动

寻找流浪猫狗

- 骑着爱车救助流浪猫猫狗狗
- 各机车手挑选自己眼缘的流浪猫猫狗狗
- 3.各机车手和自己选择的流浪猫猫狗狗组成配对，并合照（所有人合照和单独合照）

完成改造，产品露出

- 由专业cutdown造型师为众机车手打造大背头造型，配上各种皮衣，西装等
- 由专业宠物美容师为流浪猫猫狗狗做造型，配上和机车手相应的服饰
- 主持人分享网友发到后台的感人流浪猫狗事迹，并给幸运网友送出奖品
- 众机车手和自己配对猫猫狗狗完成造型，由主持人带领下来到摄影棚里拍摄合照（所有人合照和单独合照）

男神骑车送狗

- 如有上海地区的观众有自己心仪的哪一只流浪猫猫狗狗，可以私密我们的后台，我们的机车手会直接开机车送到你家（我们会将疫苗和驱虫等措施全部完成）

Ending

- 众机车手携自己狗狗发表感想
- 主持人口播，整个伸张正义救助流浪猫狗大型公益圆满成狗

边看边买/微信互动

弹幕互动

直播现场截图



直播互动亮点

边看边买，引导销售

整个直播过程中，根据主持人口播进行重复推送Got2b GENTLEMAN系列产品，并恰当的融入GENTLEMAN系列RTB，引导购买。

弹幕互动，打造看点

趣味十足的造型大改造，为每位组合进行取名，通过弹幕互动增加看点，随机抽取观众获得GENTLEMAN系列产品强化用户粘性。

促销机制，助长粉丝关注

直播过程中，引导观众关注官方公众号，并且回复关键词“绅张正仪”，即可获得JD优惠券。

公益行为不断延续

每购买一件Got2b GENTLEMAN系列产品，即赠送一包皇家宠物粮食，观众收到后可喂养家附近的小动物，成功延续公益话题。

执行效果：

- 绅张正义视频上线一周时间，累积收获180万+的观看量；
- 通过微信微博KOL的传播，累积关注量达到300W+、微博CPM比预计低近 1/3，在指定人群（机车手圈）进行曝光，得到高出1倍的关注度；
- 直播活动，分别在天猫直播平台 and 龙珠登录，共计收获近60W的关注度，在线观看人数比预期高出2倍之多；
- 得到了用户及消费者大力支持，众多用户纷纷在留言中表示认同及欣赏品牌。



视频传播：	Kip 1,000,000	Actual 1,866,973	↑ 87%
微博微信：	Kip 2,320,000	Actual 3,358,729	↑ 43%
天猫直播：	Kip 258,000	Actual 576,267	↑ 128%

	实际数据
天猫观看在线人数	21449
龙珠在线人数	132000
评论次数	2,125
赞	420343
关注	350
合计	576267