

爱他美白金版上市推广案例

- ◆ 广告主：爱他美
- ◆ 所属行业：奶粉
- ◆ 执行时间：2017.03-05
- ◆ 参选类别：内容营销类

- 背景和初衷

爱他美是德国市场占有率第一的婴幼儿奶粉品牌，现隶属于达能集团旗下。

2016年，爱他美品牌已经在辣妈群体中具备较高的认知度，在业内多个调研中均显示，爱他美在奶粉品牌认知度、声量 and 好感度均位居行业前列。

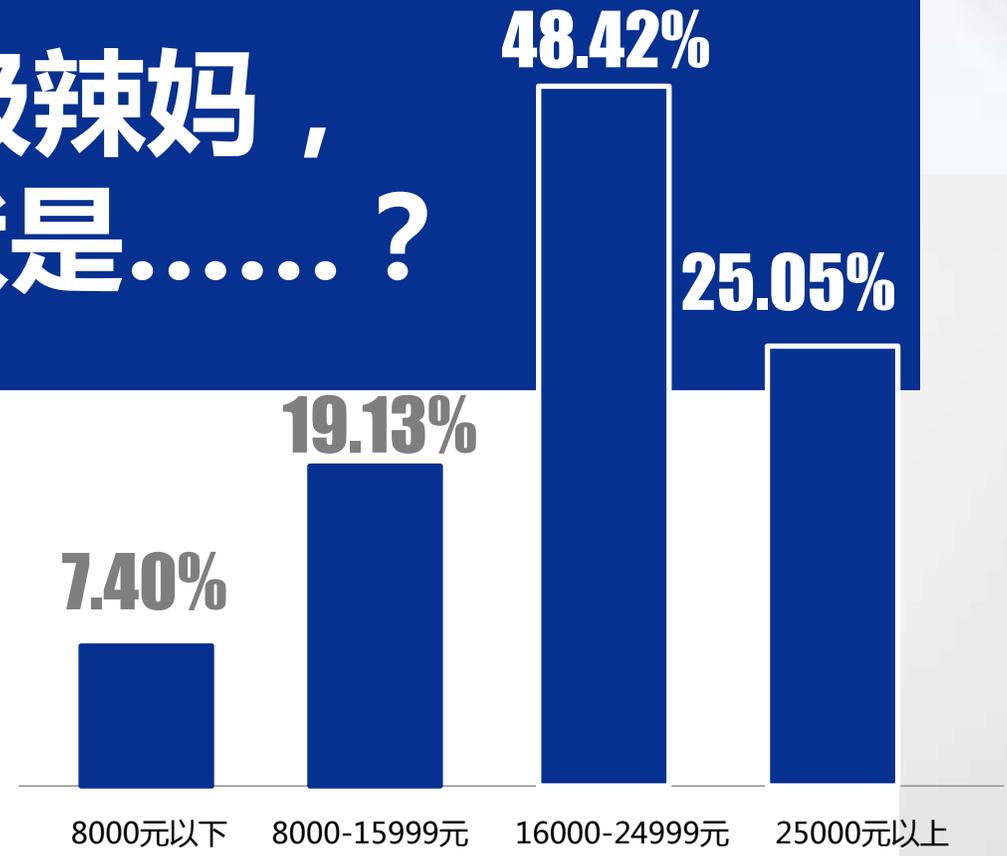
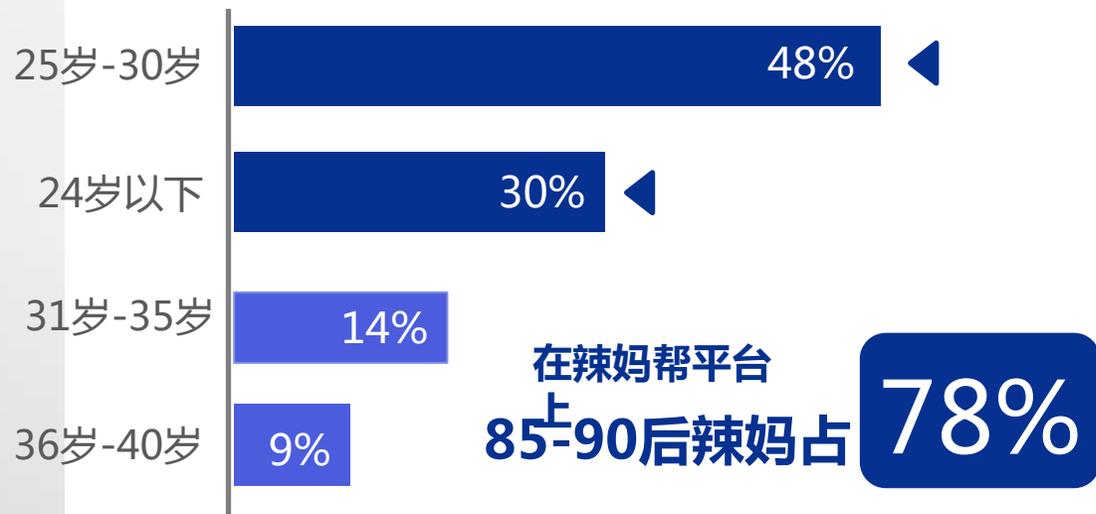
随着超高端奶粉市场的日益扩大，爱他美为打破超高端奶粉线空窗，在2017年推出白金版新品，并再次与辣妈帮深度合作。

- 目标

帮助爱他美品牌旗下白金版新上市
积累口碑、在婴幼儿超高端奶粉线市场中抢占份额



85、90后的中产阶级辣妈， 她们的育儿、生活现状是.....？



月均收入集中在16000-24999元之间；



与中国互联网一起成长

爱败 爱晒 爱分享
追“新” 追随意见领袖

手机是身体器官的延伸



全心投入的自然乐天派

55.05% 宝宝带给我快乐，我们共同成长

近半辣妈做了良好的心理条件和生理准备

计划内怀孕 45%

怀孕后学习孕育知识 41%

坚持顺产和母乳喂养 81%

Parenting

育儿



新圈子新生活

在家人、朋友、同事、同学.....之外

育儿经验圈 49.03%

同龄、同城、同医院、同幼儿园.....

社交兴趣圈 48.82%

红人、代购、二手、美食、护肤、化妆.....

Relationship

生活圈



Self-value

自我价值

爱宝宝，也爱自己

颜值不掉线 93.53% 辣妈注重护肤

内在要修炼 56% 担心个人自由时间被影响

上班or创业？ 保有独立价值是重点

兴趣爱好更多元

逛街、聚会、影视剧、美容、健身、旅行、厨艺、摄影、网游.....

人群洞察小结

辣妈的三大需求

PRS法则

Parenting : 育儿 刚需

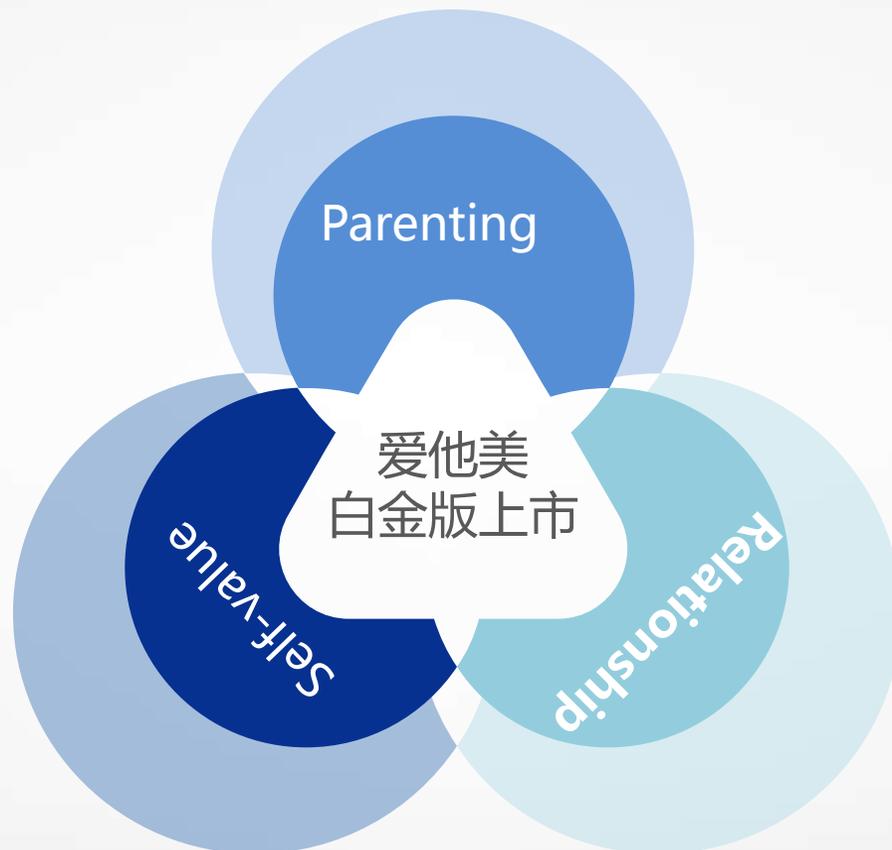
Relationship : 生活圈 情感需求

Self-value : 自我 价值需求

爱他美支持

自我 价值需求

- 打造品牌高端人群形象，通过培养品牌高端KOL，结合媒体大型IP项目，满足新生代辣妈的自我价值实现需求



爱他美专业

育儿 刚需

- 注入专业PGC内容，符合用户生命历程，通过被动式消息推送与主动专业知识服务的方式，结合专业渠道资源，满足用户的育儿需求

爱他美关注

生活圈 情感需求

- 收集辣妈真实的育儿故事，制造社群内的热点话题，真人演绎，实现情感共鸣

- 本案围绕爱他美白金版上市前、中、后，策划执行一系列基于用户互动的线上活动。
- 在Big day，使用视频直播的新形式对产品上市发布会进行呈现，用户犹如亲临体验。
- 在整体的传播阶段，通过针对ICON MOM、KOL MOM和Real mom的不同内容贯穿覆盖，打造了爱他美白金版的超高端奶粉品牌形象。
- 在上市后第一时间让TA用户得到体验，获得优质口碑，助力爱他美白金版新品在超高端婴幼儿奶粉市场的华丽亮相。

爱他美白金版上市口碑体系



规划

爱他美白金版·上市推广规划

Teaser – 3月下半旬

- 论坛活动
- KOL口碑

Launch – 4月

- 品牌发布会直播
- 品牌日&开屏硬广

Sustain – 5月

- 高端访谈
- 产品试用
- 论坛活动
- 科技育儿园升级改版

执行详情

预热

论坛活动

分享科学育儿观，得神秘“白科技”产品

链接：<http://www.lamabang.com/topic/id-17764434.html>

回复：9,135楼

活动pv：257,982

- 品牌结合活动，为爱他美白金版上市发布会预热，通过扎姐引起用户关注，调动用户届时收看发布会直播
- 设置奖品，提高了用户参与积极性；
- 帮派置顶，短时间聚集大量人气



执行详情

发布 发布会直播

爱他美白科技，你必须要去赴的一场科技育儿盛宴

链接：

<http://www.lamabang.com/topic/id-17796545.html>

回复：501楼

活动pv：381,656

直播观看人数：63W



开机大屏



首页包版



执行详情

传播

媒体专栏

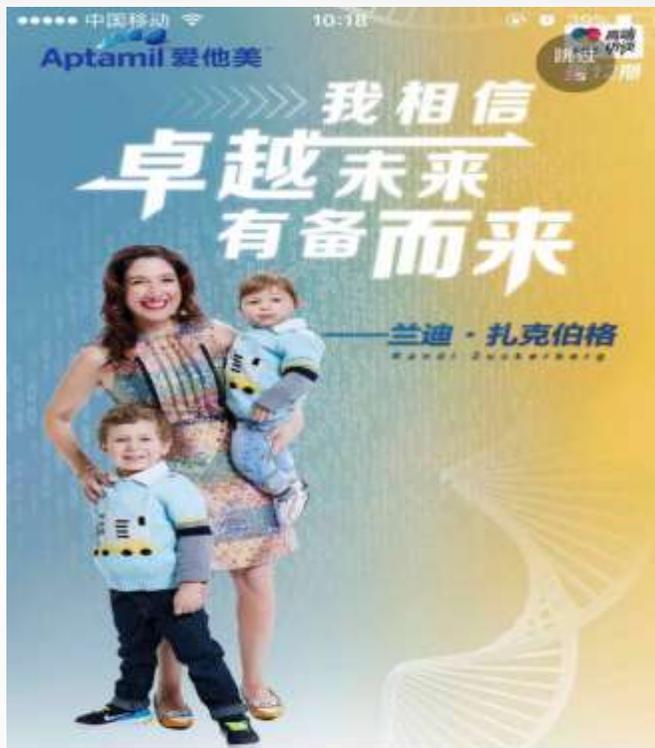
【高端访谈】

兰迪·扎克伯格：
我相信卓越未来，有备而来

帖子链接：

<http://ad.lmbang.com/toptalk?type=40>

PV : 338,958



兰迪·扎克伯格：我相信卓越未来，有备而来

“很多中国人都有足够的理由去喜欢扎克伯格家族。这个典型中产阶级家庭，培养出的四个孩子全是人才。其中姐姐兰迪·扎克伯格不仅是成功的职场女性，也是成功的妈妈！”

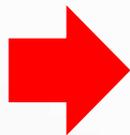


执行详情

传播 科技育儿园（爱他美品牌之家）

在辣妈帮APP建立爱他美专属品牌之家-科技育儿园，打造爱他美白金版产品的上市信息、妈妈口碑、主题活动等信息聚合页，沉淀精准的粉丝用户。

总PV：20,015,332



执行详情

传播 科技育儿派（爱他美专属媒体专栏）

开设媒体专题，由品牌宣传主题为切入点，以营养科普、真相挖掘、用户讨论等几大方面全方位展现爱他美白金版的产品理念。



页面PV : 1,774,013

执行详情

传播

试用中心

爱他美白金版3阶段试用



申请人数：**22,415**人

试用产品：**30**份

报告回收：**30**份

回收率：**100%**

- 试用中心投放后，吸引大量用户进行申请，品牌得到**高曝光**
- 爱他美白金版得到试用用户的广泛认知，产出大量优质试用报告，极大提升产品口碑

执行详情

传播

论坛活动



【有奖分享】
这里有份“脂肪”的科普，请您收下

帖子链接：<http://www.lamabang.com/topic/id-18120524.html>

PV：296,892

回复数：1,103

数据效果

【爱他美白金版上市推广】 总共覆盖超过**2333万**辣妈人群，其中——

项目相关总PV：**23,064,832**

用户互动总数：**16,327**

用户口碑帖 Click 总数：**592,581**

“

爱他美白金版上市推广是爱他美品牌在母婴人群中一次华丽升级，不仅使用了直播技术将用户带入到现场一起见证新品诞生，更邀请到著名的扎姐（马克·扎克伯格的姐姐）来为品牌出镜助阵，极好地提升了品牌调性，并通过辣妈帮平台与用户做了一次深入人心的沟通。”

——广告主评语