

## 汤臣倍健天猫超品日#蔡徐坤要你好看#微博营销

广告主：汤臣倍健

所属行业：医药保健

执行时间：2018.07.17-07.23

参选类别：社会化营销类

### 营销背景

汤臣倍健推出 Yep 系列胶原蛋白粉新品——“元气粉” & “自然白”，主打年轻女性用户。并将于 7 月 23 日上线天猫超级品牌日。

而时下最具有网络号召力的无疑是通过偶像养成节目出道的新生代明星，拥有庞大女性粉丝和高颜值优势的蔡徐坤，成为产品代言人最佳人选。

随着超品日来临，如何将粉丝流量转化为活动流量，推广天猫超级品牌日以及汤臣倍健的品牌和产品，成为本次营销的挑战。

### 营销目标

**汤臣倍健新品造势：**汤臣倍健新品“元气粉”“自然白”产品推广，让用户了解汤臣倍健品牌和产品。

**超品日活动引流：**吸引粉丝及路人粉参与活动，引爆活动热点，引起品牌声量裂变。

**超品日销售闭环：**话题定制落地页和明星热点包等资源全网覆盖，为超品日爆发当天引流，形成销售闭环。

### 策略与创意

案例视频：

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDAYmZExMTE1Ng==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1](http://v.youku.com/v_show/id_XNDAYmZExMTE1Ng==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1)

策略

➤ 微博与淘宝站内话题打通，抬高全网声量：

微博发布明星词+产品词+活动词的双话题引擎#蔡徐坤要你好看#、#蔡徐坤元气粉#；

淘宝输入“蔡徐坤要你好看”即可进入活动页。

➤ **解锁粉丝强互动，引爆活动热点：**

官博发文，引流粉丝至手机淘宝内汤臣倍健超品日活动为蔡徐坤打卡，解锁视频与福利。

➤ **微博强势资源鼎力支撑，创造营销闭环：**

明星热点包、开机报头、热搜榜、话题专题页等黄金资源...将品牌关注从星粉扩展至全网。

**创意亮点**

汤臣倍健通过微博的巨大社交能量，发酵蔡徐坤的明星效应，从宣布蔡徐坤代言人事件，到引流粉丝至淘宝活动页进行打卡互动，解锁蔡徐坤好看视频，最后为粉丝们送出蔡徐坤专列地铁。最终巧妙利用粉丝声量完成品牌与活动的声量裂变，依靠 social first 助力品牌开启营销永动。

**执行过程/媒体表现**

**代言人揭秘，元气粉来袭**

7月8日，@汤臣倍健官微发布一张漫画人像，悬念预告代言人，吊足粉丝好奇心；



转发 1万 评论 9853

赞 2万

7月9日，官微正式宣布蔡徐坤实力担任首席好看官，品牌超品日活动话题#蔡徐坤要你好看#、#蔡徐坤元气粉#随之上线，微博瞬间被一股粉色旋风席卷；



## 打卡元气坤，解锁强互动

在#蔡徐坤要你看#的甜蜜号召下，粉丝们可以在手机淘宝输入口令，直接跳转到打卡界面，为坤坤打call。

如何更好地体贴粉丝的心情，通过互动，来强化品牌好感呢？互动显然还需再加点火候，福利送起来！在活动打卡数超过 271 万、402 万、802 万的每个节点，粉丝们都能解锁一个蔡徐坤的好看视频，还可获得好看福利。



蔡徐坤更亲自发声，KOL、粉丝纷纷转发，带动超品日活动和汤臣倍健品牌信息，使得全网纷纷侧目。最终淘宝站内打卡超 894 万，汤臣倍健更是为粉丝送出线下重磅大礼，“爱坤号”专列地铁即刻发车！



### 新资源加持，超品日爆发

为进一步网罗蔡徐坤粉丝，微博的创新资源明星热点包前来加持。活动期间，全面拦截 266 个蔡徐坤即时热点，汤臣倍健借势覆盖海量流量，完美将代言人与品牌绑定。





7月23日天猫超级品牌日当天，微博黄金资源火力全开，汤臣倍健天猫超品日活动声量全面爆发。在用户打开微博（开机报头）、参与讨论（话题专题页）、搜索热点（热搜榜）的每个节点，微博都布下了“粉红地雷”，将品牌关注从星粉扩展至全网，成功为超品日引流，创造营销闭环。



## 营销效果与市场反馈

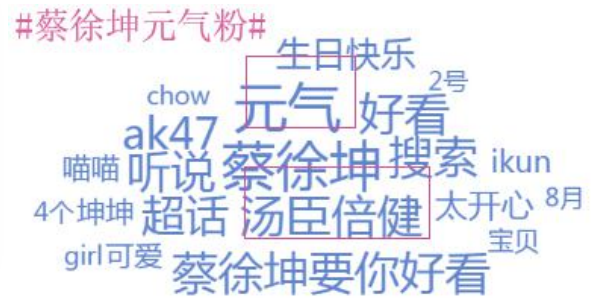
本次营销，汤臣倍健超品日活动利用微博全面引爆了明星影响力，完美打造销售闭环。

活动两大话题#蔡徐坤要你好看#、#蔡徐坤元气粉#总阅读量超 15 亿，讨论量超 2400 万。明星单

条博文转发突破 1400 万。

手机淘宝内引流打卡超 894 万，超出预期。

词云显示，“天猫超级品牌日”“汤臣倍健”“元气”等词与代言人形成强关联，明星粉通通化为品牌粉，品牌收获海量关注度。



话题词覆盖人群画像显示，女性比例高达 84.5%。90 后用户占比达 88%以上。活动成功触达品牌目标用户一年轻女性人群。

(数据来源：微博数据中心)