

## 恒洁浴室柜：生活之道问康永

广告主：恒洁卫浴

所属行业：卫浴家居行业

执行时间：2018.05.10-06.17

参选类别：移动营销类-互动类

### 营销背景

消费者对于浴室柜的关注度在逐年攀升，而浴室柜品类对卫浴行业销量贡献极大，增长迅猛，地位越来越重要。

但在浴室柜品类中，专业卫浴品牌的营销以产品特质为主，缺乏理念主张、缺乏声量；其他家居品牌的营销以性价比与实用为主，缺乏吸引力。整个品类中缺乏有代表性的品牌。

恒洁卫浴有潜力成为浴室柜品类的代表品牌，抢占浴室柜空地。

### 营销目标

深入传递恒洁全新浴室柜系列的卓越设计和产品功能，建立恒洁浴室柜的知名度，让消费者感受到恒洁浴室柜耳目一新的设计和理念，全新定义浴室柜产品风格。

触发具有装修需求的目标人群购买意向。

### 策略与创意

<https://v.qq.com/x/page/o0668w2hjyj.html>

#### 案例视频

策略：

针对浴室柜品类低消费频次、低卷入度的特性，恒洁卫浴通过对市场上高热度案例的研究，对消费者行动动向的推导，判断**情感价值**是卫浴品牌在设计和功能之外的最强价值点，得出“**以态度引燃热度**”的战略。

同时根据对目标受众媒体行为的分析发现，**网络**是其最信任的媒体渠道，电视次之。习惯浏览视频类、新闻资讯类、电商、搜索与社交、拍摄美化、家居房产等类媒体。



创意：

由此，恒洁决定摒弃常见的冰冷的营销方式，给产品注入情感因素，邀请智慧导师蔡康永现场解答用户的人生疑惑。

“焕新”与“改变”，脱胎于平凡的日常。浴室柜是日常生活的原点：晨起洗漱，晚归洁面，日复一日。恒洁浴室柜以“从更美的原点，去更好的生活”唤起消费者的情感需求，让低关注度的卫浴空间具有人性温度。



**执行过程/媒体表现**

邀请情感导师蔡康永，打造“生活之道问康永”三维直播活动，通过“改变日常趣味故事”H5交互、“从更美的原点，去更好的生活”系列浴室柜海报等多种创意形式配合，精准定向目标人群，唤起对低敏感度品类的关注，唤醒消费者改变的渴望，在目标人群中营造品牌的情感价值。这在卫浴品牌中非常少见。

营销创意附着前述渠道头部媒体影响力放大态度，以态度带产品；

以自媒体为线索，联合大媒体平台让独立观点落地发声；

藉由用户故事与体验让态度落地，创造提前体验新空间感受的用户故事与事件，强化购买决策。

制定符合本次传播的媒介：

一是选择微信、爱奇艺视频、腾讯视频等高偏好媒体上制造互动。

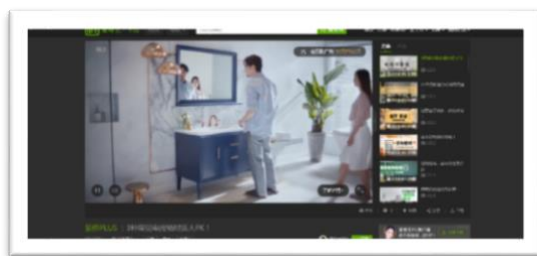
二是选择品友互动等精准触达媒体进行深度覆盖。

三是一直播、花椒直播、喜马拉雅 FM 等直播媒体进行态度的发声。

四是选择在百度等搜索引擎进行需求收口动作。

同时，还使用了自媒体 - 官网、官方微博微信等同步发声。

1. 在媒体端，找准渠道，在各大媒体平台全方位的进行新品上市传播。首先在爱奇艺、腾讯视频上持续而大范围的推广浴室柜广告片，并同时通过精准媒体，定向家装人群、家装卖场等，向目标消费者展示广告，最大化传播目标受众，自然效果拔群。

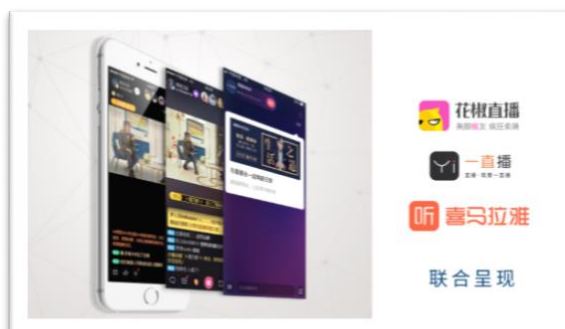




2. 联合蔡康永，从卫浴空间出发，和消费者深度沟通，共同寻找生活的答案。通过蔡康永所表达的生活观点，寻找到产品与消费者之间的情感连接。



3. 在直播互动方式上，实现新突破，开创首次多维直播，通过音频+视频+线下直播间联合呈现直播内容，全方位覆盖目标受众。围绕生活之道直播活动，打造热点事件。



4. 通过精准化的传播手段，逐步沟通品牌主张，邀请蔡康永发起话题：**#生活之道问康永#**。话题一经推出，便引发热烈讨论，为进一步持续话题热度，邀请网络红人展开讨论，将内容聚合到微博话题页，进一步发酵和扩散话题。



5. 其次在朋友圈里，通过对两种不同生活态度的选择，将两大新品系列生动的向目标消费者进行展示，引爆朋友圈传播。



6. 在这次浴室柜新品上市传播中，为浴室柜打造了一款 3D 沉浸体验式 H5，为消费者匹配最具共鸣的故事，并连接到 3D 产品展示，让情感共鸣与产品体验无缝衔接。





## 营销效果与市场反馈

整波活动截止到 2018 年 6 月 17 日,累计获得 :广告总曝光/阅读量 :4.0 亿 ,广告总点击/互动量 :480 万。其中,“恒洁 X 蔡康永生活之道”直播活动在多个直播平台累计获得实时观看 3300 万次;配合品牌 TVC 的传播,朋友圈广告累计曝光 1665 万次,总互动高达 13.5 万次,并在多个视频网站获得观看次数高达 1786 万次。

在微博微信等社交媒体上,进行了创意延展和传播,扩大了品牌和产品的知名度和影响力。其中,新浪微博#生活之道问康永#话题阅读量多达 5200 万,讨论量 5.4 万人次。

通过多个微博、微信 KOL,扩大了活动和品牌的传播声量。

活动期间,百度搜索指数也得到了极大的提升。关键词【恒洁卫浴】的指数达到近半年的峰值,高出平时 4 倍。

(数据来源:可监测的广告数据由 ADmaster 广告监测提供,数据时间截止到 2018 年 6 月 7 日)