

传统日化巨头的破局之路 - 立白集团品牌传播项目

广告主：立白集团

所属行业：日化

执行时间：2018.12.01 至今

参选类别：搜索营销类

营销背景

洗护产品有明显的时代性划分,且高端化越来越明显。通过自主研发大数据系统分析,洗护新时代,用户的需求点呈现“全面化、符号化、趋新化”三大特征,而从目前用户对立白的印象来看,大多还停留日化用品层面(如去污去渍、洁净等),故品牌记忆点固化是其传播的首要痛点,同时立白还存在着品牌舆情、信息陈旧、声量薄弱等相关问题亟待解决。作为传统日化巨头,立白应如何破局?

营销目标

结合大数据 insight 及品牌现状,立白 2019 年传播目标如下:

- 1、突破传统品牌印象,传递品牌理念,改变用户认知,获取更多年轻化用户的关注及喜爱;
- 2、布局主流平台,实现品牌及产品口碑的聚沙成塔,提升网络正面声量,奠定行业标杆地位。

策略与创意

关于立白传播项目,我们的策略及创意核心是:

从口碑力、品牌力、竞争力出发,重构品牌记忆、构建品牌围墙、抢占行业流量,聚合立白“三力” 赋能破局,全面焕新年轻化用户感知。

策略与创意

关于立白传播项目，我们的**策略及创意核心**是：

重塑品牌记忆

构建品牌高端化认知，强化品牌标签，让立白成为品质生活的象征

聚合立白“三力” 赋能破局 全面焕新年年轻化用户感知

构建品牌围墙

全面优化立白现有舆情环境，增加正面声量积累，强化品牌权威形象

抢占行业流量

进攻行业&拦截竞品&盘活资产，在核心区域获得高频曝光，全面获流



策略与创意

关于立白传播项目，我们的**技术核心**是：

如何言之有物

大数据分析 洞察用户关注点

以TOP媒体为数据分析对象，通过独家大数据分析系统，针对日化行业词库搜索结果进行用户关注点、品牌及竞品表现等多维度分析，为品牌传播战略制定、媒介资源配置及内容铺设维度提供依据及效果监控

如何言之有效

AI智能推荐 匹配需求精准传播

与商业广告不同，我们以技术为核心基石，针对平台算法研究，自主开发精准排名优化、AI智能推荐等多个系统并应用于主流平台推广，直击传统推广“成本高、抗性大、效果差”等痛点，让品牌信息在激烈竞争下仍可更快速、更直接、更自然地触达目标用户，大大提高传播效率，提升推广效果



与商业广告不同，我们以技术为核心基石，主要解决“言之有物”、“言之有效”两大问题。

我们针对 TOP 媒体平台进行数据收集及算法研究，自主开发海量信息处理分析、精准排名优化、AI 等多个系统并应用于主流平台推广，**直击传统推广“成本高、抗性大、效果差”等痛点**，让立白品牌信息在激烈的竞争下仍可**更快速、更直接、更自然**地触达目标用户，大大提高传播效率，提升推广效果。

执行过程/媒体表现

实施步骤一：对于立白而言，哪些主流媒体平台最值得我们重视？

我们根据平台流量、行业相关度，确定日化行业第一梯队媒体为百度（奠定网络舆论基础）、小红书（渗透式口碑种草）、知乎（知识营销深度影响）、微信（社交平台广泛曝光）。

执行过程/媒体表现

对于立白而言，哪些**主流媒体平台**最值得我们重视？



数据来源：平台流量来源于艾瑞指数-移动APP指数，行业相关度则综合平台用户年龄、性别、阅读偏好等用户画像数据加权得出

综合以下条件
我们为立白精选传播媒体

- 热度高——可挖掘的流量池足够大
- 行业相关度高——对该行业的讨论声量高，属性匹配

实施步骤二：

重塑品牌记忆—以新品为核心撬动新潮人群，传递品牌高端化及精致化标签。

围绕立白心心珠、洗衣精华液等新品，以打造高端品质的精致生活为切入契机，通过使用体验、产品测评、借势明星等多元内容，让立白产品与年轻一代生活品味关联，输出高端精致的符号。

1 用户搜索热词核心位置宣推 形成新品“全链路曝光”

(高搜索量关键词下拉框—结果页—渗透层)

2 布局头部社媒“制造”多元话题 对年轻用户群体进行品类教育及场景化种草

将立白与生活格调强关联, 使用体验 产品测评 种草 特立独行的90/95后

巧借知乎高热话题, 以知识带动洗衣精华液传播, 炒热新品讨论氛围

以全新黑科技为宣传点 成分科普, 用法分享 打造立白产品科技感形象

实施步骤三：

构建品牌围墙—舆情管理&正面内容双向发力，构筑“围墙”强化品牌权威形象

一方面进行全网舆情净化，维护品牌正面形象，另一方面建设官网、百科等官方发声窗口，双管齐下巩固品牌核心阵地。

什么是品牌围墙？

抵御不实信息，积累正面声誉，塑造品牌形象

1 舆情净化 拦截线上不利言论

2 多维内容铺设 完善百科矩阵

3 官网占位 打造权威品牌声誉

实施步骤四：

抢占行业流量：全面进攻行业阵地，360°借势盘活品牌资产，共同提升立白影响力

布局日化行业热词, 利用技术手段助力优质内容在首页占位, 大幅提升立白露出率, 同时借势明星、奖项等品牌资产传播, 触达更多潜在人群, 扩大立白声量。



营销效果与市场反馈

1、2019年立白全网综合曝光量高达 **21,500,000 次**，网络声量稳步提升，圆满达成战略规划目标，各产品线的线上露出均晋级行业前列。

(露出率：四大品类 TOP 词库双端搜索结果前三页某品牌占位条数/总条数)

2、成功覆盖**四大**主流平台，**230+**主流媒体发声，发布用户正面口碑内容 **8400+**，形成 **167+** 热门互动话题，获得用户互动量 **12800+**。