

宝洁 X 知乎 #夏日的十万个为什么#

广告主：宝洁

所属行业：快消

执行时间：2019.08.07-08.09

参选类别：创新营销类

营销背景

宝洁的主要消费者多为女性，而女人喜欢夏天的理由有很多，讨厌夏天的理由更多。

我们发现对女人来说，夏天似乎越来越像“10W+个为什么”！为什么别人的刘海在炎炎夏日始终保持干爽？为什么夏天有人总是晒不黑？为什么有人出了汗还是香的？为什么别人家孩子夏天没有红 PP？……而所有夏日烦恼的问题，不同的人总有不一样的答案。

基于以上人群洞察，宝洁在面对这些女性夏日烦恼，需要给到独一无二的答案，同时巧妙的将产品与答案相统一。联想到“有问题上知乎”我们有了答案。那就是宝洁这场夏日营销战役，由宝洁联手国内权威知识社交平台知乎，发起心灵之问，直指情感深处的提问夏日难题，共同打造一场《夏日的十万个为什么》话题风暴，宝洁和知乎告诉你夏日解决烦恼的标准答案。

营销目标

这场跨界合作通过系列营销手法的创新结合，实现项目导流与价值精准传播，为 8 月 9 日苏宁宝洁超级大牌日引流，给夏日市场带来了新气象。

策略与创意

案例视频：

有夏日问题，上知乎问宝洁。这个夏天，宝洁联手知乎解决你的夏日难题。精准聚焦“知乎+微博+抖音”三大内容平台，将产品内容化，引爆夏日的十万个为什么。

- 1、爆款夏日话题，提问《夏日十万个为什么》，应时应景俘获人心；
- 2、趣味视频发散，聚焦解决夏日难题，宝洁给出标准答案；
- 3、宝洁合作知乎，征集夏日的十万个为什么，形成深度 UGC 互动。

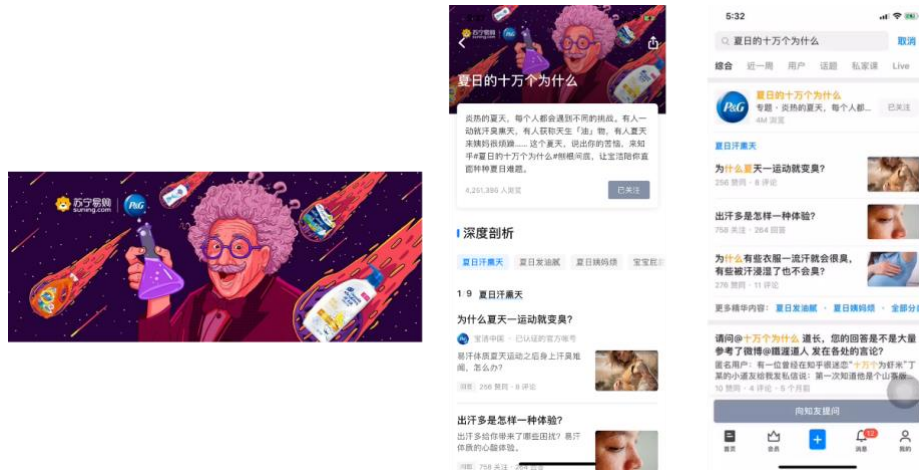
执行过程/媒体表现

整合“知乎+微博+抖音”社交平台，以系列病毒视频为主要沟通内容，“短、频、快”提升活动曝光度和识别度，引流销售。

第一步：在知乎上发起话题

以有趣夸张的方式呈现夏日难题，使用专业知性的知乎形象解答。突出宝洁在解决夏日难题方面的专业：解答夏日问题上知乎，解决夏日问题用宝洁。基于 #夏日的十万个为什么# 主题，探讨大众对夏天各种生理与心理的五花八门问题，结合知乎既有夏日相关问答，再新增多个贴和产品属性的新问题让用户进行回答，新旧问题加乘，完整夏日难题的主题心智。设置专题页一共收录新+旧 28 个问题，点击问题查看宝洁官方回答，引流至站外宝洁苏宁旗舰店，8.5-8.9 总曝光量 27,452,705。

话题链接：<https://www.zhihu.com/special/19631379>



第二步：视频于抖音 TopView 强势上线

通过抖音开屏广告和信息流原生广告资源，对病毒视频进行推流，扩大病毒视频传播覆盖，提升视频影响力，并为电商引流。

视频链接：<https://v.qq.com/x/page/i091017y9w0.html>



第三步：圈层微博头部 KOL 推广

通过多行业类型头部 KOL 联合推广，精准触达目标受众。



第四步：精选知乎问题制作九宫格海报再次引发话题



营销效果与市场反馈

- 1、苏宁 809 宝洁超级大牌日微博整体传播总曝光 6,732.3W 次；
- 2、苏宁 809 宝洁超级大牌日#夏日十万个为什么# 微博话题总阅读量 4,562.6W 次；
- 3、3 条 TVC 总播放量 1,594.6W 次；
- 4、抖音 TopView CPM 130%，三条 CTR 分别为 12%、12%、10%，总点击量 150W 次；
- 5、知乎 TopView CTR 5.22%，总曝光量 2,745W 次；
- 6、数英网 2019 年度人气跨界营销项目 TOP 20。