**特仑苏《更好的名字》母亲节情感营销**

**广 告 主**：特仑苏

**所属行业**：乳制品

**执行时间**：2022.05.07-05.08

**参选类别**：视频内容营销类

**营销背景**

1. 一直追求更好品质的特仑苏，通过**系列微电影**在每个重要节点向社会**传递“更好”的价值观**， 从传播上呼应品牌“更好”的核心理念。



2. 2022年，特仑苏“更好”系列微电影再出发，**聚焦母亲群体**，在母亲节推出**大电影《更好的名字》**。以“妈妈既是自己孩子的母亲，也是自己母亲的孩子”为出发点，**通过两个“名字”诠释“母亲”大命题**，自然引发网友的**情感共振**以及**对妈妈多重宝藏身份的讨论**。



**营销目标**

**1.【理念传递 情感共鸣】**持续通过感性共情的方式在母亲节**传递“更好”的品牌理念**，与消费者 进行情感共鸣，实现**品牌价值与大众情感**的**深度互联**。

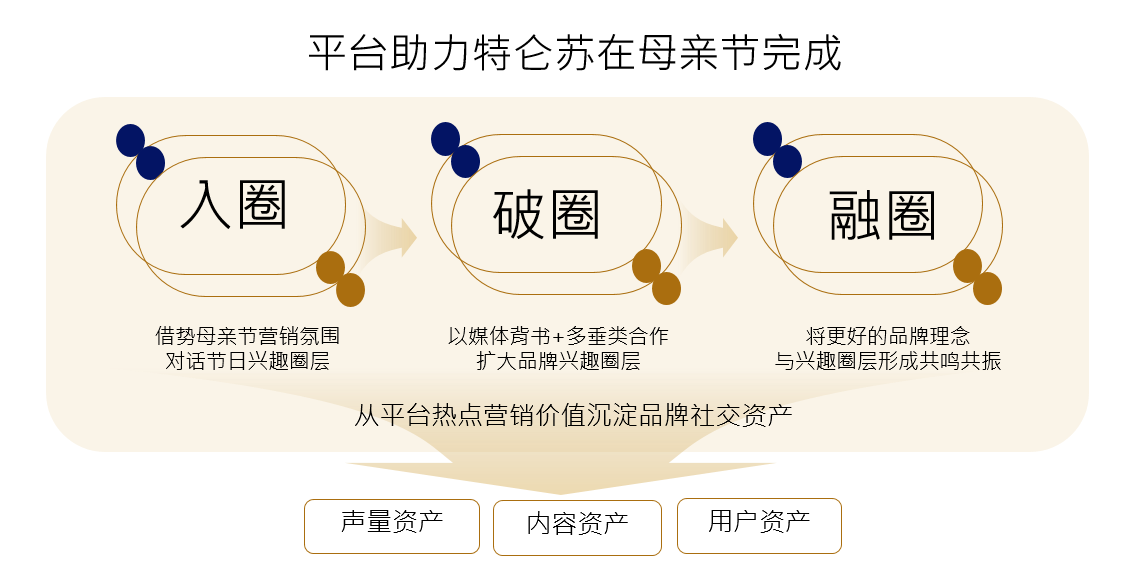
**2.【借势流量 诠释命题】**利用母亲节当天引爆上亿流量，围绕“名字”小切口，诠释“母亲”大命题。

**策略与创意**

**案例视频：**<https://www.bilibili.com/video/BV1TB4y1J7K2/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=3a0e412b6307e0c55fabf40eb6967aac>

**特仑苏《更好的名字》微电影：**<https://www.bilibili.com/video/BV1f34y1a7AB/?spm_id_from=333.999.0.0&vd_source=3a0e412b6307e0c55fabf40eb6967aac>

1. 通过数据洞察并**结合视频创意**，筛选出品牌**微电影议题#妈妈有多少个宝藏身份#**，在母亲节这个关键节点引发大众对母亲身份的共情与多样探讨，借势平台实现网友母亲节情感表达与品牌微电影价值归一。



2.从平台热点营销价值沉淀品牌社交资产。

**【氛围抢占】**借势微电影内容及母亲节营销氛围，打造“更好”的节日IP，对话兴趣圈层。

**【流量借势】**以媒体背书+多垂类合作，以微电影内容触达更多品牌兴趣圈层潜客。

**【理念传递】**通过互动玩法吸引用户参与，将微电影中的品牌理念与兴趣圈层形成共鸣共振。

**执行过程/媒体表现**

**【节前预热期】**

官微将先导片发出，**定制话题**主阵地上线，媒体蓝V及多垂类KOL发布特仑苏母亲节**品牌微电影预告**，配合媒介资源实现热度扩散，吸引用户讨论#妈妈有多少个宝藏身份#，**拉满用户关注与期待**。



**【节点引爆期】**

母亲节当天**微电影官微上映**，30家权威媒体为特仑苏品牌**微电影内容背书**，多垂类KOL不同维度**解读微电影内容**，助力品牌**破圈传播**。



2. 热点伴随PRO：借势热搜流量占位**深度绑定节日热点**，助力大电影多点位**内容曝光**。

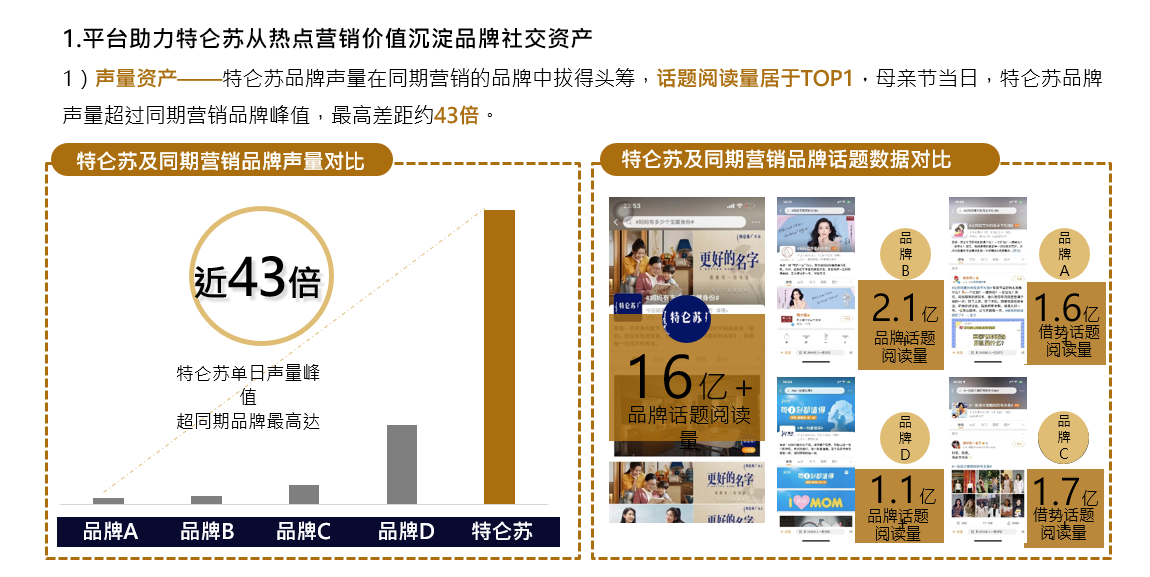
3. 曝光资源强加持：硬广资源助力品牌配合传播节奏，覆盖用户浏览路径，持续强化微电影向大众**传递“更好”的记忆点**。

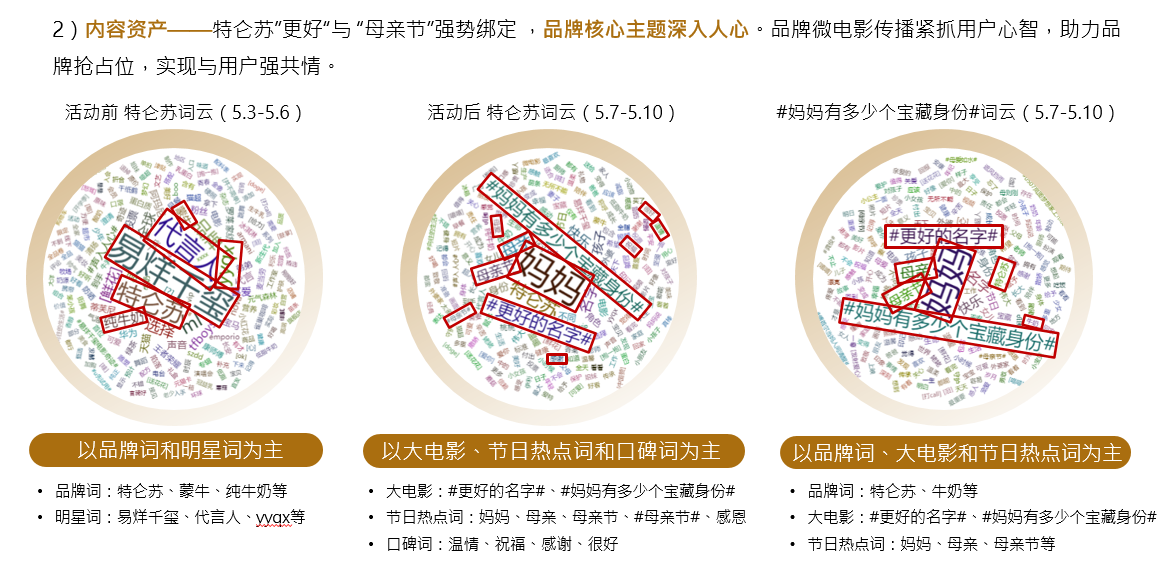


4. 互动板块：大牌任务，星选任务互动模块持续放大热点影响力，助力微电影**内容持续扩散**，引**发全网观影后热议。**

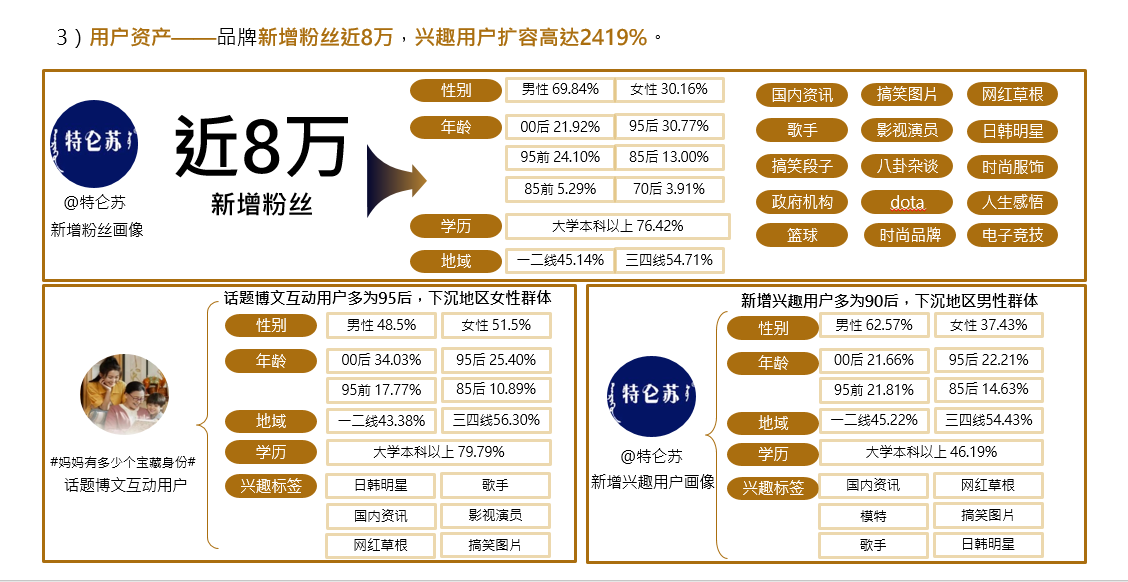
**营销效果与市场反馈**

**1.平台助力特仑苏从热点营销价值沉淀品牌社交资产。**

（1）**声量资产**：特仑苏品牌声量在同期营销的品牌中拔得头筹，话题阅读量居于**TOP1**，、当日品牌声量超过同期营销品牌峰值，最高差距约**43倍**。

（2）**内容资产：**特仑苏**”更好“的品牌核心主题深入人心**，微电影传播紧抓用户心智，实现与用户强共情。

（3）**用户资产：**品牌新增粉丝近**8万**，兴趣用户扩容高达**2419%**。



**2.互动任务助力品牌微电影声量提升，内容曝光。**

（1）**热点伴随PRO：**多个热点氛围话题借势、**30亿+**植入广告相关话题当日阅读量、5**0小时33分钟**相关话题在榜总时长。

（2）**话题引爆：**定制话题#妈妈有多少个宝藏身份#**16亿+**话题阅读量，**147.8万+**话题讨论量，**3.2万**话题原创人数。

（3）**大牌任务：10万**互动，助力品牌视频裂变传播。

（4）**星选任务：3267人**参与原创，产出优质UGC内容。

**3.加深品牌认知，品牌借助大电影与消费者达到情感共鸣。**

通过本次营销活动，特仑苏做到了坚持以**“更好”的品牌理念**沟通大众，达成与消费者更深层次的共鸣共振，让消费者对特仑苏的核心理念有了更深的认知。