**舒肤佳战疫营销，致“净”《中国医生》**

**广 告 主：**舒肤佳

**所属行业：**日化快消

**执行时间：**2020.05.01-06.30

**参选类别：**大事件营销类

**营销背景**

**传播背景：**

自1992年进入中国市场以来，舒肤佳一直致力于普及卫生知识&洗手公益教育，守护中国万千家庭健康。2020年初新冠疫情爆发，受疫情影响，多行业实行停工停产，品牌商业投放几近停摆。

1、舒肤佳抑菌系列洗护产品作为疫情期刚需用品，普及抑菌功能，可为公众所用；

2、宝洁集团领衔，向湖北疫区大量捐赠舒肤佳产品等公益物资。



**挑战：**

在疫情公共事件爆发期，全民聚焦疫情，品牌不便进行商业宣传；

如何以公众不反感的方式，吸引公众关注，进行品牌正向发声，是本次传播主要解决的命题。

**营销目标**

**整体目标：**

1、以公众不反感的方式，通过全民性公益项目正向发声，**传递普及沐浴液&洗手液产品抑菌防护诉求。**

2、通过防疫卫生知识普及，实现舒肤佳品牌公益形象曝光，提升**品牌好感度**。

**策略与创意**

**小IP·大策略**

1、**借势**全民关注的公益性纪实短片：首部卫健委特批&医疗队许可，深入武汉ICU的公益战疫纪录片《中国医生·战疫版》，品牌与摄制组共赴疫区一线，聚焦一线素人医护&患者家属，见证史料级抗疫时刻，树立舒肤佳**“首席科学防护官”**品牌形象，致敬中国医生，提升品牌好感

1. 一线疫区防护场景强关联，医护专家背书，产品抑菌诉求输出**场景化、公益化、专业化**

3、爱奇艺首个**全生态运营**纪录片，全方位多角度联合宣推，推广**运营矩阵化**

**执行过程/媒体表现**

**合作内容链接：**<https://www.iqiyi.com/a_19rrhlywzx.html>

**案例视频链接：**<https://www.iqiyi.com/v_1d58nag3vwo.html>

**创意执行——小场景·大契合**

1、清洁场景教育，抑菌卖点输出更净一步。



科学六步洗手法科普，卖点输出公益化；一线医护人员背书，场景教育专业化。

2、防护场景强关联，防护诉求更净一步。

品牌字幕条与医护人员工作、生活防护情节深度绑定；舒肤佳**陪伴式露出**，科学防护理念双重强化。



3、医护专家背书，防疫全场景科普，SNS传播更净一步。

医护专家出镜，舒肤佳定制番外健康小贴士，复学复工、搭乘电梯、户外、口罩使用、洗手等全场景全维防护知识科普，舒肤佳抑菌洗手液诉求360°融合。并授权SNS传播，微博播放超850万+次。



4、舒肤佳战疫场景收官，公益形象更净一步。

舒肤佳过往抗疫公益行动回顾融入片尾花絮，树立品牌社会责任感，呼应纪录片主题&舒肤佳公益形象。



**媒介执行——小借力·大口碑**

1、《中国医生·战疫版》纪录片绑定，全维全程全时直击抗疫一线，长效守护，公益形象更净一步。

舒肤佳伴随摄制组，直击武汉ICU抗疫一线现场，记录抗疫全周期，体现长效守护，见证医者仁心。

2、爱奇艺全生态运营+热综&官媒联动借势，合作影响力更净一步。

A：视频主站+爱奇艺知识+爱奇艺百科+泡泡圈，全矩阵联动，扩散合作内容影响力。



B：借势现象级热综《青春有你2》联合官媒《光明日报》，定制音乐短片，融入合作纪录片内容，致敬中国医生，30万+网友点赞。



3、丰满冠名曝光权益+站内外千万级推广，PC+移动+TV三端打通，品牌记忆更净一步。

舒肤佳与合作纪录片联合宣推，推广覆盖三端，品牌片中溢出近500秒。



**营销效果与市场反馈**

**小预算·大赢效——激荡强烈社会反响，舒肤佳品牌收获超高口碑**

**品牌传播：**

品牌片中内容溢出500秒；品牌黄金硬广组合，点击率最**高达5.56%**，**远超**同类常规硬广**均值；**

弹幕好评致谢金主爸爸，ADMASTER第三方调研显示，品牌**好感度+回想度显著提升。**

**受众反馈：**

1、舒肤佳冠名《中国医生·战疫版》纪录片屡登平台纪录片榜、热播榜**TOP1，持续在榜7周**，热度破3201，**超越纪录片IP《人间世》抗疫篇；**

2、豆瓣评分**9.7**，创纪录片品类历史**最高分；**

3、冠名纪录片走进学校课堂，学生观后感高分作文引发网络热议，**阅读量破117W+。**

**媒体评价：**

1. 冠名纪录片收获新华网、光明日报、中国青年报等**上宣媒体高度评价**，人民日报认证“**微观战史**”。

2、权威主流媒体高赞推荐，阿云嘎，网红医生徐晔等**379+明星蓝V**纷纷化身“自来水“打call推荐，自媒体推荐量**1.2亿+ 阅读量超3336W+**，品牌**站外总曝光超3亿+。**

*\*数据来源：新浪微博、微信、豆瓣、爱奇艺平台数据，Admaster*

数据图片，参考案例视频链接：

<https://www.iqiyi.com/v_1d58nag3vwo.html>

**广告主评价**

“《中国医生战疫版》温暖收官，合作这部真实记录疫情期间医护人员与生死抗争、与时间赛跑的纪录片过程中，给我们留下了太多温暖和感动。内容主流的同时非常走心，与品牌产品深度契合，双方基于节目的合作帮助舒肤佳取得了很大的市场回报。医护们的回归不代表舒肤佳的守护就此结束。在接下来的日常生活里，舒肤佳也将一直与消费者同在，继续做好长效防护，一起守护健康。”

——舒肤佳品牌部PR