蒙牛纯甄《动物管理局》内容营销

广 告 主：蒙牛纯甄
所属行业：乳制品
执行时间：2019.06-07
参选类别：视频节目合作及大剧联合营销类

营销背景

我国乳制品工业总产值截至 2018 年已超过 4000 亿元，成为全球第二大乳制品市场，仅次于美国。2003 年以前，光明还是行业老大，此后伊利和蒙牛，进军全国市场，逐步形成双寡头垄断的行业格局。

乳制品行业已处于成熟期，消费者对产品的需求开始从单纯的数量追求向品质转变，迎合消费者需求的中高端产品占比开始提升。

营销目标

1、 提高品牌的知名度。
2、 打造品牌核心目标人群的粘性和美誉度。
3、 粉丝转化，将剧粉和艺人粉丝尽可能的转化为品牌消费者。
4、 瓶装新品展示，加快进入市场进程。

策略与创意

《动物管理局》作为一部都市魔幻轻喜剧，更符合当代年轻人的审美。而蒙牛纯甄做为一款常温酸奶绑定陈赫所饰演的怂萌兽医郝运和王子文所饰演的雌雄同体但性格火爆的动管局精英吴爱爱这对剧中年轻 CP。

产品结合剧中平复心情的情节和使用产品安抚情绪示爱的情节来展示产品纯甄，不添加的产品理念。而又在剧中的纯真年代，小郝运和小许智因纯甄酸奶相识，同时也是两人小时候共同的记忆。使用纯甄符合而是年的的玻璃瓶包装，不仅不突兀，又展现了产品即将上市的新款包装，同时符合产品原始酸奶的概念，深化童年留在唇边的那一抹纯正奶香。

执行过程/媒体表现

1、《动物管理局》作为爱奇艺独播项目，在剧播期间多次登上爱奇艺风云榜前列，爱奇艺最高热度高达 7176，评分 7.1 长居爱奇艺热度值前三，登顶第一 5 次。

2、多次登上热搜榜，剧集榜，话题榜前列，纯甄酸奶和《动物管理局》霸屏粉丝视野。

3、剧播期间，《动物管理局》和蒙牛纯甄官方微博多次互动，并且纯甄官方微博通过与粉丝互动送《动物管理局》主演签名照的活动，来引流剧粉、福利品牌粉丝，效果卓然。

4、在执行过程中，实际完成的权益超过合同权益 130%以上，让纯甄成为男女主角的情感催化剂和见证者。

营销效果与市场反馈

1、蒙牛纯甄新品进入大众视野，喜爱度提升 3 倍以上,认知度提升 158%,推荐度提升近 3 倍。

2、节目播放初期,节目观众纷纷被剧中有趣的广告植入“洗脑”,随着节目持续热播,从定制口播,到各种花式植入，有趣的情节植入和产品的特点深入人心，产品互动口碑、创意好评如潮。