

康师傅蜂蜜柚子×美图《女性颜究所》#一秒好气色

广告主：康师傅蜂蜜柚子

所属行业：食品饮料

执行时间：2019.09.01-09.30

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

康师傅品牌对于消费者较为熟知，且拥有相对多的男性 TA，如果找到对的平台多的契机，提升女性消费者对康师傅蜂蜜柚子的喜爱？同时为品牌线上售卖渠道导流？

康师傅蜂蜜柚子携手美图 S 级项目《女性颜究所》，借 9 月开学季启航梦想季，针对 Z 世代年轻群体，开展线上线下联动的“玩美星球”主题活动，鼓励女性发现自己的能量小宇宙，推开梦想任意门。在线上#一秒好气色#变身徐璐同款元气少女，线下定制“元气补给站”，用蜂蜜柚子为女性梦想助力，提升女性消费者对品牌的好感度。

营销目标

针对广大年轻女性群体，凸显康师傅蜂蜜柚子“一秒带来好气色”的品牌主张，通过趣味互动及高效曝光资源传达饮品功效及种草，吸引更多女性消费者购买。

策略与创意

【策略】

《女性颜究所》梦想发声闭环：预热期（引发梦想关注）+引爆期（多维诠释女性梦想、开发女性梦想潜能）+发酵期（解读女性营销价值）

- 1、预热期：《女性颜究所》预热素材深度露出，梦想基因检测H5引发目标用户关注
- 2、引爆期：
 - （1）线上优质硬广曝光：秀秀开屏+信息流+社区品牌话题页搭建（邀请品牌账号入驻秀秀社区）；
 - （2）定制互动形式：定制AR#一秒好气色#；
 - （3）线下活动：康师傅蜂蜜柚子元气补给站+特邀KOL现场分享。
- 3、发酵期：达人发声，社区持续发酵；PR媒体矩阵发酵传播

【亮点】

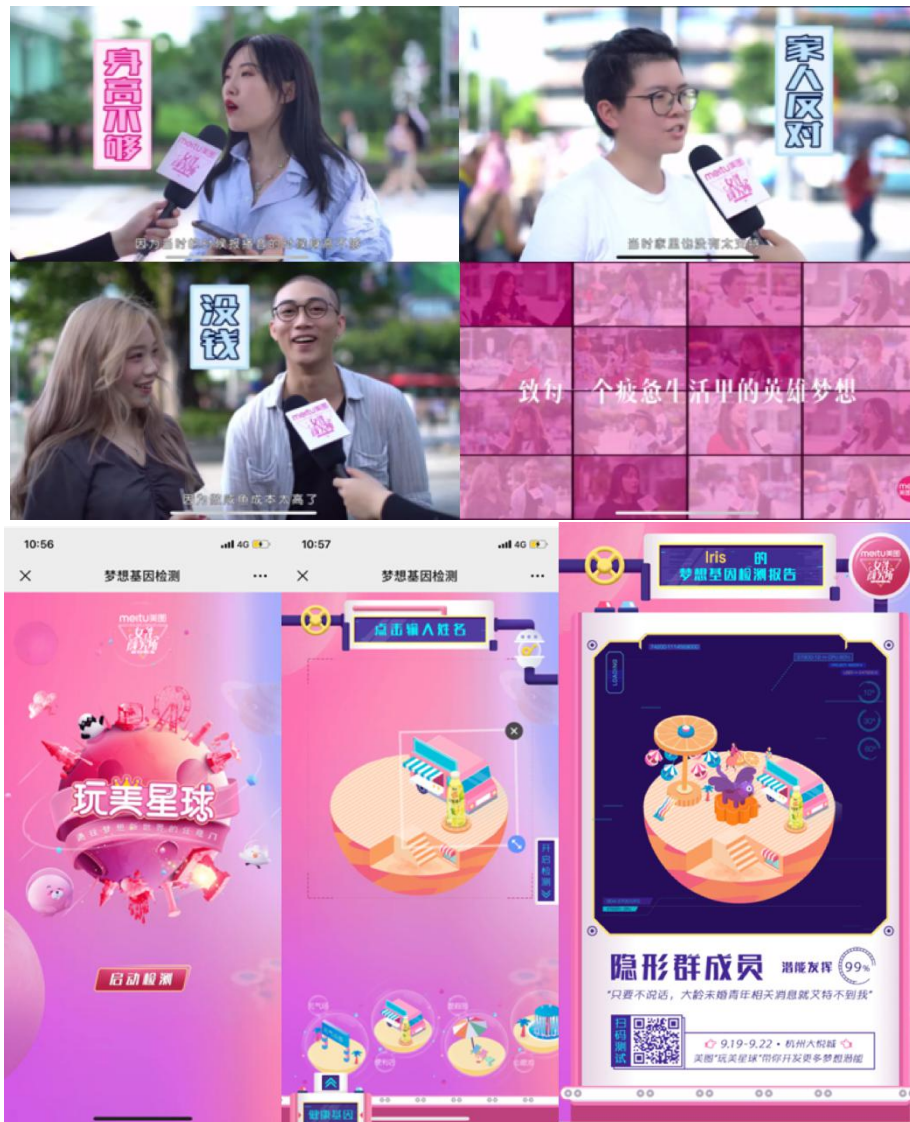
- 1、线上创意互动，AR 黑科技打造#一秒好气色#产品体验；
- 2、线下沉浸式场景，康师傅蜂蜜柚子元气补给站为女性梦想助力，提升品牌好感度。

执行过程/媒体表现

【预热期-引发梦想关注】

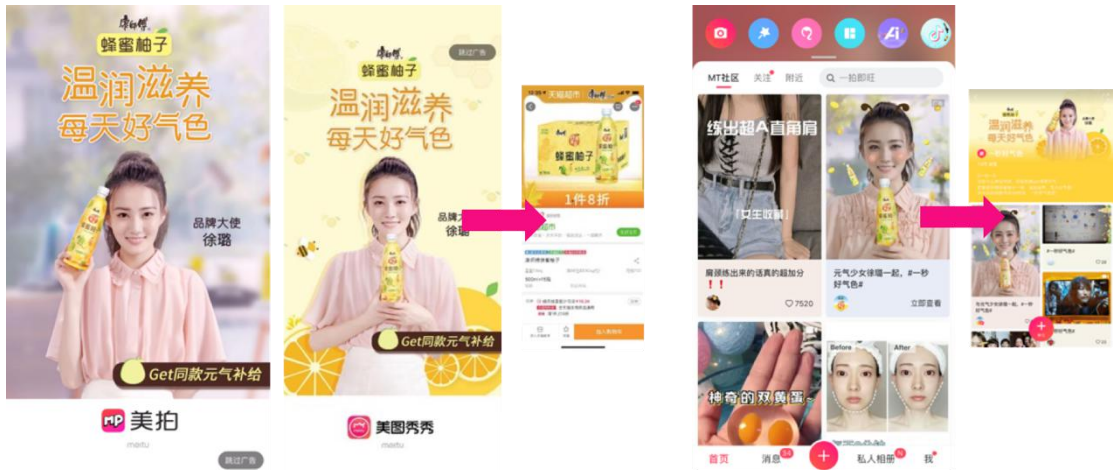
《女性颜究所》预热素材深度露出，活动声量赋能，引发目标人群关注

美图秀秀社区话题#梦想合伙人#、梦想视频《你还记得自己曾经的梦想吗?》、梦想基因检测 H5 植入“康师傅元气公园”、品牌专属梦想星球海报蓝 V 联动、社群裂变传播



【引爆期-多维诠释女性梦想、开发女性梦想潜能】

- 1、美图系黄金资源助推，全面提高品牌曝光度：硬广曝光量 69,724,530，点击量 473,292。



2、定制 AR 领衔开启好气色拍摄风潮：代言人徐璐加持，AR 曝光量 2722 万，点击量 243 万；#一秒好气色#话题 话题浏览量达 77.5 万，UGC 产出 2317 个。



3、线下打造康师傅蜂蜜柚子元气补给站，特邀达人线上线下发声，传递女性梦想正能量：沉浸式体验场景展现品牌精神。达人线下打卡拍照，并开设“元气小讲堂”分享元气心得，线上同步发布内容助力#一秒好气色#。



【发酵期-解读女性营销价值】

梦想立体发声，真实探究女性、美与梦想。美图官博发布共计 33 篇次，相关话题阅读量累计达 1424.5 万。PR 稿件覆盖 70 个权威媒体平台，发布梦想报道 300+ 篇次。



营销效果与市场反馈

- 1、线上：硬广总曝光 6,960 万，点击 47 万，点击完成率超预估 148%。#一秒好气色#话题总曝光 77.5 万；好气色 AR 被使用 169 万次，使用率达 69.6%，远超标准值（60%）；征集 UGC 2,317 个。
- 2、线下：元气补给站覆盖人数 8 万+，参与活动人数 10,000+，派发康师傅奖品 780 份，有 3000 人参与互动。