七度空间反套路差异化传播，从《乐队的夏天》火出圈

广 告 主：七度空间
所属行业：美容、卫生用品类
执行时间：2019.05.25-11.11
参选类别：视频节目合作及大剧联合营销类

营销背景

七度空间长久以来占据卫生巾市场的第一梯队，但近年面对外资品牌快速抢占中国市场的竞争与压力，品牌在不断升级产品满足消费者细分需求的同时，需要通过内容性营销打造品牌个性化形象、以及传递独一无二的品牌态度，吸引目标人群。

七度空间是恒安集团面向年轻女性推出的少女系列卫生巾品牌，消费群体也多是年轻、时尚的群体，乐队的主流观众群体多是不拘传统、敢于突破的年轻人，正是这超高的人群契合度，七度空间选择赞助合作《乐队的夏天》，希望通过创新玩法，深入年轻受众，让消费者感受到品牌敢新、敢变、敢于突破的品牌态度。

营销目标

作为更懂年轻女孩的品牌，七度空间希望借助《乐队的夏天》的摇滚音乐属性和突破创新的价值观念，洞察用户痛点与诉求，推广萌睡裤“360°防护不怕漏”的主要卖点，打破常规标签，让品牌更加年轻化、潮流化、个性化。

策略与创意

案例视频链接：https://v.youku.com/v_show/id_XNDUwNTIyNzQyNA==.html

1、定制内容全程贯穿“摇摆”与“酷女孩”，产品卖点与品牌态度双线并行，传达品牌与产品年轻化、潮流化、个性化的形象与特点。

2、利用硬核乐队与元气少女品牌的反差萌效果，营造品牌沉浸式体验、为产品打造出场景式记忆点，打造受众对于产品及品牌强认知。

3、捆绑与萌睡裤产品名字相关联、具有一定人气的新裤子乐队，利用新裤子乐队与萌睡裤产品关联赋能，挖掘圈层转化潜力。

4、紧密围绕“酷女孩任性摇摆放肆嗨#的合作主题，在节目内紧扣“摇摆”与“酷女孩”展开联合营销，在节目外全网辐射“酷女孩”态度和”摇摆“卖点。

执行过程/媒体表现

一、节目内“摇摆+酷女孩”文化内核线性贯穿

1、打造品牌与节目 **VI 视觉共振,通过定制花式口播、花字绑定乐队人设、七度空间音乐 Live 电台**等植入内容将品牌与节目进行有机结合，“摇摆”与“酷女孩”贯穿节目始终，将产品卖点“360°防护不怕漏，任性摇摆放肆嗨”与品牌态度“酷女孩”反复加深印象。

2、结合音乐元素紧扣摇摆主题，深度植入旺福乐队演绎萌睡裤**“魔性摇摆”**；创新舞台表演形式，采用舞台表演与 **3D 动画**结合，植入旅行团乐队与七度空间元七七跨次元共舞。

3、“萌睡裤是酷女孩必备的新裤子”，七度空间借助新裤子乐队不断高涨的人气将产品深入人心，捆绑新裤子乐队，加深萌睡裤产品关联赋能，强化产品记忆度。

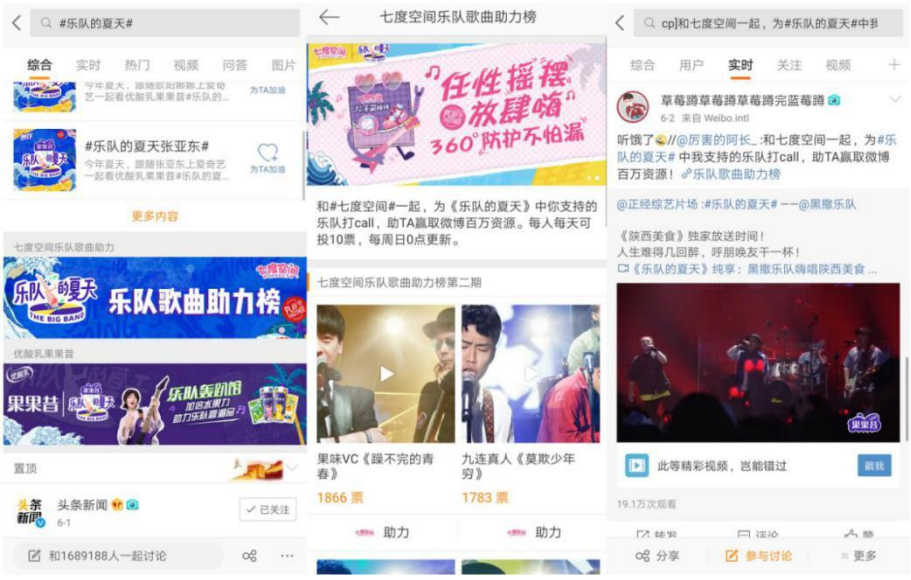
新裤子乐队深度植入视频：https://v.youku.com/v_show/id_XNDUwNTI4NDMxNg==.html

二、节目外全网辐射“酷女孩”态度和“摇摆”卖点

1、**#任性摇摆的酷女孩#意见领袖共建内容营销。**借助酷女孩九宫格海报、酷女孩趣味视频、绑定乐队卡段等形式，表达酷女孩态度，拉近用户距离，传递品牌价值和产品卖点。

2、#酷女孩必备新裤子#捆绑新裤子乐队打造 SOCIAL 事件。借势新裤子乐队与萌睡裤“摇滚 CP“热议点，利用节目内深度植入，新裤子乐队夺冠契机，制造舆论爆点，加强用户对裤型卫生巾的认知，提高品牌声量。

3、微博冠名乐队歌曲助力榜，将品牌与热议话题进行关联，卷入乐迷互动增加品牌曝光。



4、延续《乐夏》IP 热度，签约新裤子乐队、click#15 以及旅行团乐队为品牌助力乐队，在电商大促节点开展乐队见面会，线上线下联动，巩固乐迷群体品牌认同感，挖掘乐迷圈层消费潜力。

营销效果与市场反馈

1、靠小众文化在流行趋势中突围并占据流量一席之地的《乐队的夏天》自播出以来，豆瓣评分从 7.1 飙升至 **8.8**，评论人数超过 **6 万**；微博话题阅读超 **37.3 亿**，讨论 **451.2 万**；近 30 天百度搜索指数日均值突破 **10 万**；骨朵数据显示其全网热度超过众多昔日王牌综艺……各种迹象表明，《乐队的夏天》火出了圈。

2、品牌植入内容紧密贴合节目调性，受众契合度度高的基础上，此次合作使得七度空间品牌曝光获得显著效果。截至项目结束，七度空间硬广权益获得超 **2 亿次**品牌曝光，其中视频内权益曝光完成率超 **162%**。

3、七度空间赞助《乐队的夏天》引发网友热议，少女品牌绑定硬核乐队的反差萌效果，在节目弹幕和社交平台引发受众积极互动。节目内贯穿合作关键词 **“摇摆”** 和 **“酷女孩”**，通过高质量的品牌植入效果，把品牌态度及产品卖点深入人心；节目外围绕 **“新裤子”** 和 **“萌睡裤”** 打造最强“裤子 CP”，发酵社交话题，斩获 KOL 互动近 **7000 万次**曝光，品牌传播高效揽获声量。

4、七度空间伴随着节目上线，品牌**微指数呈规律性增长**；另外节目外“酷女孩”概念深入受众群体，据 AdMaster SEI 赞助评估数据库显示，品牌相关指数 **169** 大幅度高出 **60** 的行业均值，也是**所有赞助品牌中的最高值**。通过节目合作，七度空间实力圈粉，双微迅速涨粉约 **13 万**。