

丽芙®甲硝唑凝胶三四月营销活动

广告主：丽芙®甲硝唑凝胶

所属行业：医药

执行时间：2019.03.01-05.30

参选类别：电商营销类

营销背景

甲硝唑凝胶产品目前线上市场占有率约 80%，市场远未饱和，2018 年中一篇甲硝唑凝胶治疗黑头的文章在小红书上爆火，从整个市场来看，丽芙目前是当之无愧甲硝唑凝胶的第一品牌，需要深度触达目标受众，抢占用户心智，增强品牌曝光度和知名度，引领消费导向，提升产品销量。

营销目标

打造国产精品祛黑头产品；加深品牌形象“丽芙=祛黑头”；促成转化率，主导向阿里健康大药房，实现丽芙销量倍数增长。

策略与创意

我们要打造爆文！账号筛选近期得到平台曝光与流量倾斜的账号，结合丽芙品牌调性，平台算法推出用户喜欢的文章，文章内容主要以评测与合集为主，更容易得到平台算法推荐和用户钟意，Seo 优化平台观察对所有笔记的倾斜后，再针对性受倾斜的笔记优化达到置顶目标。



执行过程/媒体表现

丽芙®甲硝唑凝胶三四月份执行，小红书美妆红人种草发布数量 110，互动量：24.4w，总覆盖人群：647w；专业今日头条图文发布数量 1 覆盖人群 207.6 w；模特白领范大学生朋友圈发布数量 113，互动量 4.8k，覆盖人群 33.2w；校园社群发布数量 16，覆盖人群 4.4k；年轻人群喜爱微信公众号发布数量 1，微信阅读量 5.8w，覆盖人群 82.4 w。



营销效果与市场反馈

2019年2-5月，去黑头笔记、甲硝唑凝胶笔记占比持续增加，深度影响多维度提升品牌势能，让品牌或产品在短时间集中爆发。2019年2月25日，去黑头 17.77 万篇，甲硝唑凝胶 918 篇，占比 0.005166 到 2019年5月22日，去黑头数量增加至 19.8 万篇，甲硝唑凝胶数量增加至 1497 篇，占比增加至 0.00756。

目前小红书主力投放，阿里健康大药房 2019 年 1-4 月环比同期销量呈倍数增长，且非常强劲 5 月 5 日首次单日销量破万，5 月纯销 15 万支。京东大药房目前纯销 7000 支，丽芙®甲硝唑凝胶从一个网红到几十个网红陆续安利，吸引用户注意力，产生自来水自然流量，线上人气持续升温。

TK: <https://mp.weixin.qq.com/s/q2M6JmMUR5yRmtXXExLwhQ>