

帮宝适“萌”发新意 打造地表超舒适 PP

广告主：帮宝适

所属行业：母婴

执行时间：2019.09.24-12.31

参选类别：电商营销类

营销背景

每年的 11.11 大战，各个品牌都在“硝烟弥漫”中铆足全力，力争在这场营销盛事中成为各品类领域的赢家，母婴品牌更是 11.11 之战的重要阵地之一。在 11.11 的营销战场上脱颖而出，让销售额完成突破式上涨，是这个“战场”给帮宝适发的一张考卷。而新的品牌理念“越舒适，悦成长”亟需结合 80 后、90 后新生代父母的深刻洞察，通过营销创新在围绕产品卖点进行沟通的同时，建立与消费者的情感联系，进一步实现品牌年轻化。

营销目标

帮宝适一直是纸尿裤品牌的“优等生”，面对市场竞争白热化的形势，如何保持 NO.1 的位置并在 11.11 交出一张完美的答卷呢？帮宝适“萌”发新意，抓住新生代年轻父母“舒适带娃”诉求和“趣玩心态”，打破以往母婴品牌感情牌“套路”，通过产品场景化体验和趣味营销完成社交化裂变，聚合线上线下优势资源打出传播组合拳，将流量转化为销量，达到品效合一。

策略与创意

打造全方位营销策略 与消费者沟通不单一

1、加强产品体验，升级情感沟通。

经典 IP “蜡笔小新”是 80、90 后们家喻户晓的卡通形象，萌趣搞怪的特性亲和力十足。通过联动 IP 打造趣味性 UGC 活动，进行沉浸式体验。品牌与新生代父母的情感沟通迅速升温，产品记忆深入人心。

2、明星站台引爆口碑，娱乐营销裂变销量。

联动新生代流量星爸星妈为品牌背书，通过与消费者共鸣育儿理念与分享产品心得引爆口碑，娱乐营销流量转变为销量，实现出圈。

3、资源聚合，形成营销闭环。

全域聚合优势传播资源助推品牌声量，进行立体化口碑互动。并在线上多阵地打造内容，让主流电

商平台上线主题页面等承接流量，实现社交化裂变，促进销量。

基于以上 3 点策略，帮宝适找到了品牌、新生代年轻父母、IP 三者的连接点，用符合当下年轻父母的生活方式来进行 IP 跨界营销，直接触达用户体验及消费者沟通，使消费者感受到“越舒适，悦成长”的品牌理念与自己的价值观吻合，对品牌信任度再次提升，转化成 11.11 期间的销量增长契机，让品牌最终实现年轻化，品牌声量与产品种草效果同步达成。

执行过程/媒体表现

实现品牌、消费者、IP 的“三赢”局面

1、卡通 IP 上线“营业”，魔性 UGC 掀起社交热潮。

借势经典 IP “蜡笔小新”，打造#地表超舒适 PP 舞# 通过蜡笔小新动画 MV，魔性旋律场景化演绎产品卖点，娱乐化沟通品牌理念。

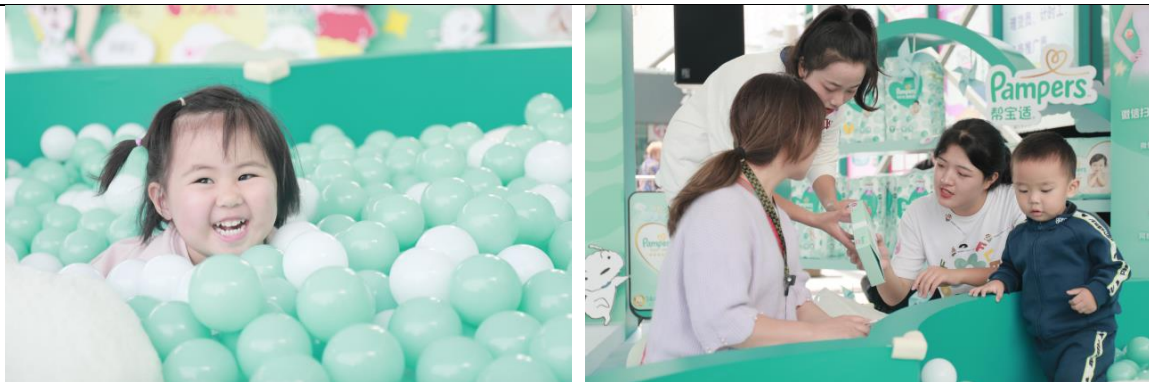
视频连接：

https://weibo.com/2214542774/lcSPUrWuP?from=page_1006062214542774_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment



2、POP-UP 互动强化产品体验。

联合沃尔玛、大润发等线下大型连锁商超，打造万适万物快闪活动，以趣味形式展现产品舒适卖点，为年轻爸妈及宝宝带来沉浸式体验，在互动中秒 get 屁屁舒适小“新”机，#小新屁屁舞太上头#微博话题形成社交互动升级！



线下 pop-up 活动

3、“星”动时刻，花式打 Call。

联合姜潮、麦迪娜、马剑越、黄圣依等明星 IP 发布“星”体验微博，配合 ID 视频讲述为人父母的真实体悟，让“舒适带娃”诉求引起用户共鸣，公开自己的“奶爸辣妈私藏好物”，成功将流量转为销量。



姜潮、麦迪娜微博

4、传播组合拳，打造闭环营销。

全域整合资源，强势打出传播矩阵，在微博、抖音、直播等多阵地打造“星”内容。明星通过直播种草分享好物，植入产品卖点，并通过主流电商平台上线主题页面等承接流量并转化为销量，使线上线下聚合完成闭环营销。



姜潮、麦迪娜分享好物

营销效果与市场反馈

帮宝适在这次的 11.11 战役中，交出了一张 A+ 的成绩单：问鼎天猫母婴纸尿裤销售 TOP1，京东母婴品类销售 TOP1；同时，帮宝适一级帮成为京东超市星品之夜销售爆款，成功获得更多年轻父母青睐，全网销量额大幅上涨，稳居行业 NO.1，并不断扩大优势。

成功完成了品牌年轻化的转变，留存了新生代父母群体，品牌认知度、美誉度和谈论度持续上升，实现了线上+线下同步圈粉，流量+销售完美闭环。

品牌：帮宝适	认知度	美誉度	谈论度
2018年	37.8	33.9	73
2019年	38.2	34.5	76.3
	+0.4	+0.6	+3.3

帮宝适品牌认知度、美誉度、谈论度 2018 与 2019 年数据对比

*数据来源于：新浪微博官方数据、中国品牌力指数研究成果发布平台 (<http://www.chn-brand.org/c-bpi/yyerzkn2.html>)、帮宝适品牌