

# 威王联名丁香医生权威 IP，多媒体整合营销撬动强势转化

广告主：朝云集团  
 所属行业：日化品  
 执行时间：2019.06.15-10.15  
 参选类别：数字媒体整合类

## 营销背景

在消毒除菌类市场中，滴露、威露士等品牌率先树立专业形象，通过前期长期的市场培育 and 大规模广告投放，占领消费者心智，二者市场份额占据 90% 以上。威王作为朝云集团重点打造的高端家居清洁品牌，尽管全国线下家清份额排名第 2，但是品牌知名度仍然不高，在 2017 年才正式推出消毒液，急需解决品牌知名度和品牌背书的问题。

### 营销背景：威王破局之道

联合丁香医生 IP 提升品牌专业背书，开创营销破局之势


**自身提炼：威王消毒液卖点**

- 实际无毒级
- 天然成分呵护
- 细菌杀灭率 99.999%


**从专业程度、产品力上已经对标市场第一竞品**

➔


**国内公信力最高的医学健康类 IP**



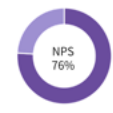
医学健康类微信  
公众号排行榜  
常年占据第 1 名



2019年3月微信公  
众号影响力  
全平台排行第 1 名



知乎平台粉丝总量  
机构号排行第 1 名



用户对丁香医生  
满意度高  
NPS 净推荐值  
**76%**

腾讯官方指定辟谣机构

NPS 的分值在 50% 以上被认为是不错的  
如果 NPS 的分值在 70 - 80% 之间则证明品牌拥有一批高忠诚度的好客户

## 营销目标

经过市场洞察与研究，威王消毒液卖点与专业程度都达到市场第一竞品水平，本次携手国内公信力最高的医学健康类 IP——丁香医生，作为威王品牌专业背书，精准直击目标客群；致力于用抖音、微信、微博、宝宝树等平台实现创新数字营销，快速提升品牌曝光度、新品销量，品销合一。

## 策略与创意

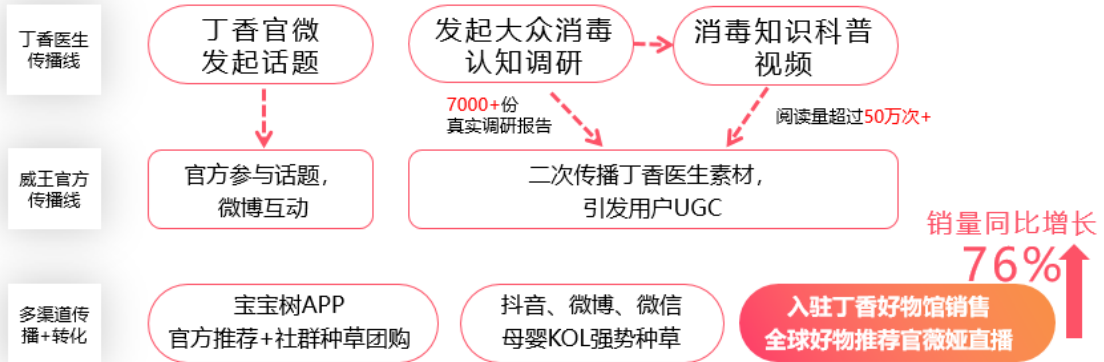
传播策略分三步走，首先借用丁香医生 IP 权威背书“蓄水”；其次到“引爆+扩散”的场景沟通、多渠道病毒式扩散，最后做销售引流实现“转化”，完成闭环链路。

## 营销策略与创意思路

01 丁香医生带起话题热度

02 威王官方承接话题传播

03 口碑线引爆热议，导流转化



## 执行过程/媒体表现

第一步：权威 IP 首度跨界，联名消毒液破局之势。

威王携手丁香医生，发起消毒认知调研，回收 7000 份真实问卷，借此带出消毒科普视频，斩获超过 50 万阅读量；再进行微信头条+微博+抖音视频的扩散传播，单天销量突破 ¥ 20 万，暴涨 74 倍。



## 第二步：多场景精准营销，线上线下强势引流。

在线上，威王携手 8 大 KOL 进行微博、微信、抖音强曝光、电商平台种草，引爆声量，进一步提升丁香医生发起的话题热度。

在线下，威王打造 5000 家终端形象店、1000 场威王安心家进社区活动、全国 5 大城市地铁广告与电梯海报投放，实现全渠道强势引流。



## 第三步：开拓全新销售渠道+带货大咖加持=口碑销量双丰收。

威王入驻丁香好物馆全新销售渠道，单日销量突破 ¥ 20 万；同时携手全球好物推荐官薇娅 Viya，2 分钟热卖 10000 套。同时，持续进行多渠道数字营销，品牌声量迅速提升，威王消毒液销量同比增长 76%，一举跃升为买爆的联名款！





## 营销效果与市场反馈

威王携手丁香医生，推出联名款消毒液，成功帮助线上和线下终端打造专业可信赖的形象，打造全国 5000 家终端形象门店、1000 场威王安心家科普进社区活动、5 大城市覆盖地铁灯箱广告、电梯海报等。本项目整体曝光量超过 1 亿次，威王品牌搜索指数同比增长明显高于竞品，声量快速提升。

同时，威王入驻丁香医生好物馆全新销售渠道，单天销量突破 ¥ 20 万；由于丁香医生的背书合作，帮助威王赢得薇娅的信任，打开了威王与薇娅 2019 年度战略合作，创下 2 分钟热卖 10000 套+的优异记录。威王消毒液销售额同期增长 76%，品牌声量和销量双双提升，实现品效合一。