# 高洁丝品牌百年纪念日社会化营销

**广 告 主：**高洁丝
**所属行业：**日化
**执行时间：**2019.03.04-03.05
**参选类别：**社会化营销类

## 营销背景

作为陪伴全球女性最久的卫生用品品牌，高洁丝迎来了 100 岁生日，希望在社交平台将品牌百年纪念日打造成为品牌与粉丝间的狂欢。但是，大大小小的品牌纪念日层出不穷，如何避免品牌日沦为自嗨？如何营造用户与品牌间的共鸣与活动？成为本次营销挑战。

## 营销目标

为品牌纪念日搭建品牌与消费者的纽带，营造用户与品牌间的共鸣与活动。

## 策略与创意

**案例视频：**https://v.youku.com/v_show/id_XNDUxODMxNzA4NA==.html

高洁丝将庆生场搬到了年轻人的社交主阵地—微博，凭借创新资源，通过官方、明星撩粉双管齐下，与粉丝玩在一起，将品牌纪念日打造成为品牌与粉丝的共同狂欢庆典。

**1、明星撩粉：**

结合明星代言人打造创意内容，通过@杨紫 传播创意百年纪念创意视频，在全网追星首要阵地微博成功点燃粉丝热情。

**2、互动撩粉：**

借助微博创新资源（超级粉丝通动态昵称功能）与用户大规模互动，制造用户惊喜，引发社交关注。

## 执行过程/媒体表现

**第一步 明星在手，粉丝我有**

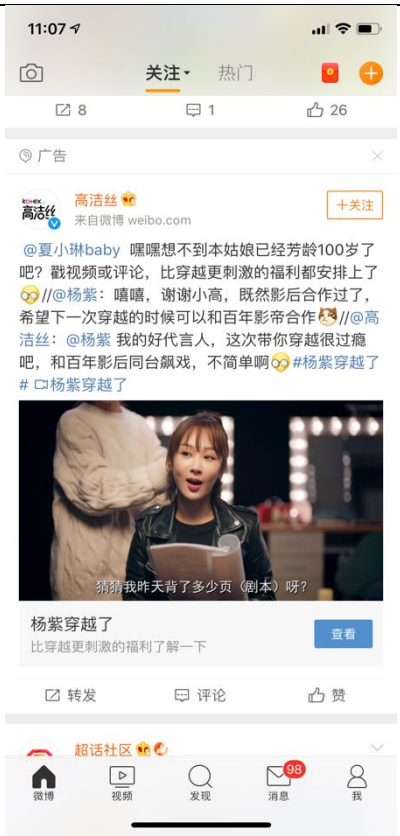
3 月 4 日，通过粉丝头条，@杨紫的 4000 万+粉丝刚刷微博，就看到杨紫与百年影后同台飙戏，这也太刺激了吧！没错，@高洁丝 推出杨紫跨时空的世纪吐槽短视频，两位跨越百年的女性，都在生理期面临工作挑战，但相同的是，她们都无惧面对。“紫米”们第一时间被撩，比心偶像的同时，

更纷纷表白高洁丝，“小高生日快乐”“小高，爱老虎油”“顶小高”……

在饭圈粉丝的应援下，#杨紫穿越了#一举登上热搜，更有诸多星粉转化为品牌粉，“粉头小高”的生日排场可不简单！

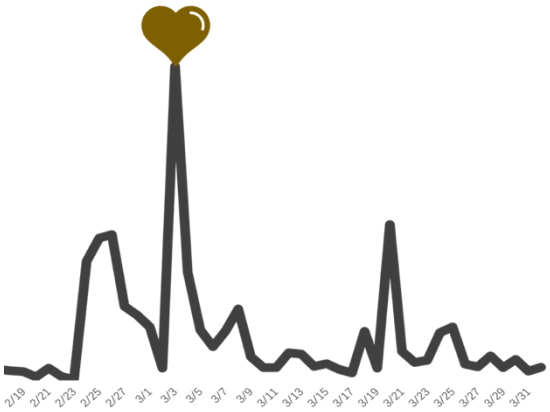
**第二步 官微艾特，撩你别跑**

随后，微博营销工具再放新鲜大招，微博首次大规模使用信息流动态昵称功能，女性用户刷博时惊喜地发现自己被@了，@高洁丝 告诉每一个很重要的你你你，“福利都安排上了”！这波撩粉新姿势，激发用户互动热情不断，“被翻牌子的小可爱都有份”，“小高这操作老厉害了”……官微与用户有来有往，评论区轻松突破 2.9 万。




## 营销效果与市场反馈

1、 声量：品牌微博声量达到近三个月的峰值；




2、 互动：官微纪念日主题博文收获海量互动（2.9 万评论），用户评论响应积极；

3、 品牌资产沉淀：@高洁丝 新增粉丝中，40%为@杨紫 粉丝。

（数据源：微博）