

贝拉米“助力宝宝健康成长”短视频营销

广告主：贝拉米

所属行业：奶粉/母婴

执行时间：2019.07.01 至今

参选类别：短视频营销类

营销背景

1、用户分析：新消费时代，奶粉市场的竞争焦点已转移至争夺消费者心智，即争夺流量。现年轻妈妈多为 80、90 后，年龄区间在 25 岁-35 岁；此类用户具有独特的价值观、育儿理念，更强的独立、自我意识，但依旧具备“孩子最优先”倾向，更关注宝宝的健康和快乐。

2、平台分析：抖音平台已引领短视频潮流，成为热点内容的孵化器和独具平台特色的营销阵地。日前，抖音日活跃用户数已经突破 4 亿，越来越多的企业/品牌意识到抖音的营销价值，纷纷入驻抖音。

营销目标

针对贝拉米的产品特点及其受众多为宝妈等特性，同时为满足其入局短视频行业的营销诉求，星榜为其定制了持续的、呈阶段性曝光的引流策略，旨在沉淀符合品牌营销目标的精准粉丝，并通过打造品牌私域流量池，调用公域流量，从而实现品牌最大化曝光，建立具有品牌特性的营销阵地。

策略与创意

策略：

1、品牌人格化，建立独具特色的账号人设。

账号链接：<https://v.douyin.com/tRA1K1/>

建设极具鲜明特色的账号定位“超级奶爸进阶日记”。围绕目标消费者，塑造品牌人设，打造独特账号特点，专注有机婴儿奶粉和辅食，助力宝宝健康成长，快速建立在抖音上的品牌识别力大大降低用户认知成本，让品牌价值和自有特色跃然于眼前。

2、内容模块化，形成定期持续输出的“惯性”。

通过对视频内容的反复试验和数据追踪反馈，推理出最具用户喜爱的视频内容/方向。后续根据数据导向，模块化、体系化输出相关领域的内容。

3、三大运营法则，共同助力品牌洼地建设。

用户燃点法则：视频内容注重平等对话，兼具趣味性。创造更具生活化、可模仿的内容，让品牌更有温度，激发用户扩散。

内容原生法则：注重用户体验，营造生活化场景掌控剧情节奏，视频内容巧妙植入品牌信息，适时可营造反转落差感。

电梯事件法则：所谓“电梯时间”，就是在一段广播电视，视频节目中视听率最高，最能吸引受众注意力的时段。抖音视频的前 5-7 秒是最关键的时刻，在这个时间里充分抢夺用户注意力，设置悬念，吸引用户好奇。

4、实时监控数据，数据驱动内容优化。

利用星榜数据平台，分钟级监测账号发布视频数据，实时掌握热度走向，在单条数据反馈较好时，投放 DOU+，获取更大范围曝光，从而增加爆款几率。同时也可根据互动反馈和平台热点不断进行内容改进和优化，利用数据反哺内容。

5、精细化运营，多平台内容分发。

根据各平台特色进行内容的编辑优化和分发，同时利用线下实体门店社群转发视频内容，达到触发更多用户，为品牌扩大曝光、沉淀更多优质粉丝的最终目的。

创意：

1、三大内容形式定期发布，丰富账号多元化。针对用户调研分析结果，将内容更新重点放在知识科普、日常段子、情景剧情三大类，且以每周三更，每月 12 条的频率保持更新。

2、原创具有生活化的剧情类视频，提升品牌温度。每周更新日常生活里的一些趣味故事，用搞笑剧情的形式，演绎直男爸爸的带娃日常。



3、育儿知识科普，解决用户带娃难题。鉴于用户受众人群的特殊性，定期对一些具有代表性的带娃过程中出现的难题，以情景剧的形式表现出来，并给予一定的解决建议。视频内容适时露出品牌信息，用户接受度较高。



4、辅食手把手制作教程，加强用户的参与度。结合节假日等特点，定期推出辅食制作教程，将品牌文化输出内容多元化，拉近与用户之间的距离感。



5、利用明星代言视频进行混剪，沉淀明星粉丝号召力。充分利用品牌传播的 TVC 素材，对其进行二次加工，生产出适合抖音传播的竖屏内容。



执行过程/媒体表现

- 1、深度调研。对短视频平台贝拉米产品关键词、竞品信息等做分析模型，了解短视频平台产品词占有度和消费者偏好。
- 2、账号 0 启动，定制化内容制作策略。拍摄内容方向固定化、内容叙事化、段子化、主角人物性格化等多项内容，共同服务于企业账号内容的打造。同时利用星榜数据平台，监测分析账号及视频数据。这一时期通过对视频数据的监测、观察和总结，选出最受平台用户欢迎的制作形式，包含字体的排版、配乐的风格、视频的色调、内容方向等等。
- 3、数据反哺，账号内容不断优化。通过第一阶段对内容数据的总结，总结出明星/官方素材曝光度较高，原创剧情类视频涨粉效果较好，而辅食制作兼具涨粉和曝光的良好效果。在这一阶段中优化内容制作方式，计划将辅食制作类视频打造为贝拉米品牌的“明星栏目”。
- 4、形成独具特色的账号风格，内容稳定且持续输出。针对发布视频内容进行分钟级监测，根据大数据监测账号数据反馈情况，和抖音内容迭代更新、粉丝反馈等原因，及时进行内容调整，达到精准化运营。

视频链接 1: <https://v.douyin.com/tdWyMa/>

视频链接 2: <https://v.douyin.com/tRqSBq/>

视频链接 3: <https://v.douyin.com/tRyqDb/>

营销效果与市场反馈

运营期间 6 个月涨粉超过 10W，整体视频曝光近 3000W，输出爆款视频多支，其中单条视频曝光近 1700W。