2019年好爸爸“不完美的好爸爸”营销推广

广 告 主：好爸爸 Kispa
所属行业：日化行业
执行时间：2019.06.01-06.16
参选类别：视频内容营销类

营销背景

品牌背景：2019 年，好爸爸品牌围绕**“有孩家庭安心之选”**的品牌主张，聚焦定位有孩家庭女性为目标人群。

节点背景：配合 618 电商促销节点，品牌围绕产品功能及 TA 洞察占领目标人群心智，拉动销售。

营销目标

品牌知名度：借势有利节点提升品牌品类关联下的知名度；

品牌形象：传递好爸爸是**“有孩家庭安心之选”**的核心信息；

拉动电商流量：以饭圈为源点撬动全民，引流电商实现闭环。

策略与创意

洞察：每个爸爸都正在/曾是新手爸爸，虽然囧况频出，但是仍努力成为好爸爸

伴随 85 后、90 后**年轻父母群体**的消费升级，95 后辣妈粉墨登场，有孩家庭市场开始进入一个全新的快速发展的轨道。**25-35 岁**妈妈成为中国生育的主力军，当中大部分家庭孩子年龄在 **0-6 岁。**

BIG IDEA：谢谢你，不完美的好爸爸

也许在妈妈和孩子的心里，爸爸并不完美，但是爸爸的每一份真心和努力依然值得被认可。通过父亲节不同阶段的爸爸的内心独白，引发目标人群对所有好爸爸（老公）的致敬与感谢。

《不完美的好爸爸》完整版视频链接：https://v.qq.com/x/page/a0882zvwi4q.html

执行过程/媒体表现

阶段策略：

1、首次跨界“出圈”，组好爸爸联盟

不同圈层名人合体，撬动跨圈层关注，人物形象与好爸爸品牌形象高度契合。

体育圈：亚洲飞人苏炳添

音乐圈：国家青年演唱家王晰

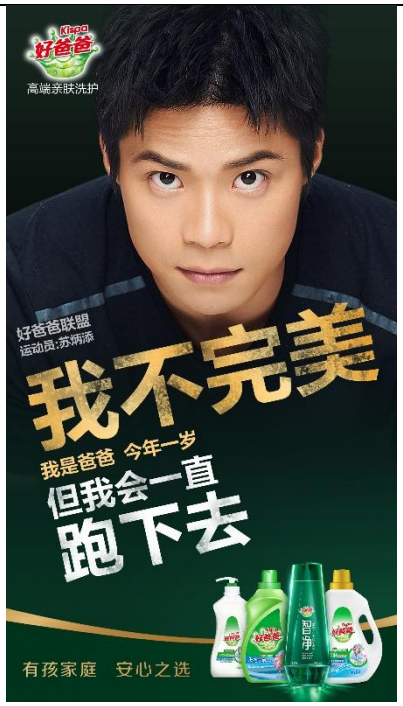
演艺圈：国民好爸爸黄磊

2、首次定义“爸龄”，强记忆符号

以不完美的爸爸形象和自身人设形成反差，点破各年龄层爸爸的困惑。

3、首次抽象演绎，强视觉冲击

突破传统，采用抽象夸张手法创意视频演绎，大大提升可观性，也更极致地传递了饱满情感。



战术执行：

Wave 1：引爆期

1、《不完美的好爸爸》视频以孩子岁数来定义爸爸的年龄

借势不同领域的名人爸爸——运动员苏炳添，歌手王晰，演员黄磊各自身为人父的真情告白。

在父亲节节点向目标人群传达出**“爸爸虽然不完美，但爸爸从未停止努力成为‘好爸爸’的步伐”**的信息，**视频总播放量达 1790 万。**

苏炳添微博首发个人版视频，点燃体育圈——DAY 1：苏炳添微博走心呈献《不完美的好爸爸》首部曲；

王晰微博接力发布个人版视频，粉丝带货晒单——DAY 2：王晰微博走心呈献《不完美的好爸爸》第二部曲；

好爸爸官博发布黄磊个人版视频，逐步推上高潮——DAY 3：好爸爸微博走心呈献《不完美的好爸爸》第三部曲。

2、电商站内高效精准层层推进，一天一条独家花絮流出，实现销售闭环

店内上线独家快问快答花絮，满足粉丝对明星真实状态的好奇，把流量引导店内，加深用户对观看长视频内容的粘性。

#不完美的好爸爸#登陆 612 **热搜榜单 TOP3，超强曝光导流好爸爸天猫旗舰店。**

热搜榜单硬广总曝光量达 3239 万；微博话题总阅读量达 2.2 亿。

Wave 2：高潮期

1、616 黄磊带头正式抢滩，引爆父亲节

黄磊微博走心呈献《不完美的好爸爸》整合版，集三位明星爸爸合集，全网爆发。

黄磊微博正文带电商链接跳转，**微博阅读量 1737 万，视频播放量 1191 万。**

2、四屏联投强势资源，超强曝光引流过百万人进旗舰店

3、垂直母婴平台辣妈帮精准触达有孩家庭妈妈人群

辣妈帮：首页信息流及帮派置顶视频，**总曝光量 1139 万，总点击量 61468，总点击率 0.5%。**

4、四大顶级博主轮流发文，深度诠释“不完美的好爸爸”，从权威媒体-父子档-辣妈，层层扩散

三联生活周刊、末那大叔、陈大咖、丁一晨**双微阅读总量达 400W+；**

段子手、娱乐类、亲子类**等各大 KOL 阵地扩散；**

微博 KOL 阅读量达 3200 万，微信 KOL 阅读量达 87 万。

5、深度盘点收官定调

营销大号、新闻客户端 APP&权威新闻网站矩阵，行业深度盘点。

营销效果与市场反馈

传播 **ROI 1：13**，创造 **6400 万**广告价值；

全网整体曝光量达 **4.2 亿+；**#不完美的好爸爸#热门微博话题阅读 **2.8 亿+；**

微博超级粉丝通曝光量近 **2000 万；**《不完美的好爸爸》视频播放量 **3000 万+；**

四屏联投总曝光量 **2360 万+**；垂直平台辣妈帮信息流曝光量 **1100 万+。**

登陆天猫 618 战报，电商销量 10 秒超去年全天；

6 月 16 日活动开始前 10 秒即超越去年全天销售额；

6 月 16 日前 1 小时，进店 UV 同比增长 **376%**，好爸爸联盟推荐商品销售**破万件**；

支付金额同比增长 197%，王牌爆款亲肤产品爆卖 50W+瓶，平均 3 秒卖出 1 瓶。