

《头屑悲洗剧》海飞丝魔性去屑病毒视频营销

广告主：海飞丝

所属行业：快消-个护

执行时间：2019.06.01-09.13

参选类别：视频内容营销类

营销背景

焦虑千万种，头屑第一猛，如你所知，头屑不是病，多起来真要命。头屑向来是最令人尴尬的头皮状况，也是大家不愿谈起的小毛病，这次我们为海飞丝作打造了一部诙谐喜剧，力邀开心麻花演员艾伦领衔主演，通过喜剧表演放大头屑焦虑所引发的日常生活中的人生悲剧，从而强化海飞丝去屑实力派的硬核品牌形象。

去屑是大众消费者对洗发水产品最大的功能需求点，但近年海飞丝对头皮护理前沿概念的传播，使得消费者对海飞丝去屑的第一联想下降。如何唤回大众消费者对海飞丝“长效去屑去油”的品牌联想，再次将海飞丝作为去屑第一选择，成为品牌首要议题。

营销目标

- 1、强化海飞丝去屑实力派品牌形象，唤回大众消费者关于海飞丝“长效去屑”的品牌联想；
- 2、提升品牌亲和度，与消费者产生情感共鸣。

策略与创意

消费者在曾饱受头屑烦恼后，会对头屑问题的反复出现感到恐慌、焦虑、担心。在他们的日常生活中经常需与他人打交道，然而人生新机遇、关键时刻会在什么时候出现你永远不知道，你需要随时以最好状态拿下难得机会。而这种时候，一旦预感头屑出现，你的一切准备将前功尽弃。这种对头屑产生的焦虑、恐慌的心情涌上心头，会让消费者止步于当下，酿成“人生悲剧”。一旦头屑问题反反复复，即使面对人生重要机遇也会因对头屑的恐慌、焦虑错失，导致一切没戏。

基于以上消费者洞察，所以我们提出【去屑不焦虑，开演重头戏】的概念，海飞丝长效去屑去油，杜绝头屑问题反复，助你人生上演重头戏。

执行过程/媒体表现

- 1、 抓取三个大众消费者生活中最有共鸣的重要场景，通过轻松诙谐方式放大 TA 对头屑来来回回的恐慌/担心，带出海飞丝实力去屑去油品牌角色

视频链接：

<https://www.bilibili.com/video/BV1V441127Vi?from=search&seid=3864327531913132479>

2、打造《去屑悲洗剧三部曲》——“试镜白准备”、“求婚遇风暴”、“获奖被雪藏”，借助开心麻花喜剧演员艾伦的实力演绎，在重要人生时刻头屑焦虑引发悲剧，在爆笑同时引发消费者情感共鸣，重新唤回大众消费者对去屑就选海飞丝的品牌联想。



3、通过明星效应，艾伦微博首发，带动双微 KOL 病毒传播，同时更在社交平台上引发对话题#关键时刻不焦虑#热议扩散，提升视频曝光，强化消费者对海飞丝去屑品牌印象。

营销效果与市场反馈

- 1、视频播放量超过 11,970,000 次，视频互动率高于行业平均 10%；
- 2、传播曝光高达 8000 千万；
- 3、社交平台上，话题#关键时刻不焦虑#讨论阅读量超过 6,397 万。