**片仔癀930内容营销策划**

**广 告 主：**片仔癀

**所属行业：**家化用品

**执行时间：**2020.09.20-10.15

**参选类别：**话题营销类

**营销背景**

市场份额：作为国内最大的口腔护理品牌之一，国民对片仔癀的有较深入的认识，但是品牌希望能占据更大的市场份额，能与其他竞争关系的世界口腔护理品牌拉近距离；

市场关注度：中国女排的特供赞助商，并且郎平教练是品牌的代言人，但由于疫情原因奥运迟迟未能开展，品牌与国家女排队的合作也受到影响；

**营销目标**

热点狙击：恰逢女排电影《夺冠》的上映，品牌可以决定利用此次机会，利用与中国女排、郎平教练的合作资源，扩大品牌的影响力，提高市场对品牌的关注度；

**策略与创意**

**硬实力+软狙击，打造三点攻略**

**1、触**：借力微信第一UGC平台、优质城市内容平台@新世相，输出消费者可共鸣、可发酵、可消化的传播内容，掀起品牌讨论流量自来水。

**2、多**：切合代言人&电影自身故事，无缝植入产品，将片仔癀的清火硬实力与电影《夺冠》、电影原型人物郎平、郎平电影饰演者巩俐进行热度的深度捆绑，在“这是全中国两个你最惹不起的女人”“逆风见实力”“郎平倾情推荐”“清火硬实力”“助力人生夺冠”等角度发声。

**3、点**：紧贴国庆档电影《夺冠》热点，发布即引爆；**新世相**公众号+微博号、**千万级官媒**（中国新闻周刊、三联生活周刊、VISTA看天下、新闻晨报）多点共同发酵，强强联手背书，沉淀品牌资产。

**执行过程/媒体表现**

第一阶段：片仔癀x**新世相公众号——#这是全中国两个你最惹不起的女人**#头条文章聚势

****

图形用户界面, 应用程序

描述已自动生成

图形用户界面, 文本, 应用程序

描述已自动生成

图形用户界面, 文本

描述已自动生成

第二阶段：片仔癀x**微博千万级官媒矩阵——#逆风见实力#**主题博文宣发

图形用户界面

描述已自动生成

**营销效果与市场反馈**

微信推文阅读量为**392,171**，完成率**130**%；

讨论量（在看+留言+赞）为**4,471**，完成率**112**%；

微博话题阅读量**20,546,000**，完成率**103**%；互动量**10,000**，完成率**100**%；

本次话题营销阅读总量为**20,938k**；讨论总量**14k**，客户满意度极高。



