**舒肤佳李汶翰洗手网课直播营销**

**广 告 主：**宝洁

**所属行业：**快消

**执行时间：**2020.03.25-03.30

**参选类别：**直播营销类

**营销背景**

2020年疫情影响下市场受挤压，舒肤佳在危机中发现新机遇，针对消费者对洗手液的囤货需求，顺势推出“超大容量”洗手液新品，在特殊的开学季中上演逆袭突围，给更多中国家庭带来健康“手”护！

**营销目标**

2020年特殊开学季，推广舒肤佳超大容量洗手液新品，提升产品认知度与Social声量，为品牌圈粉。携手明星李汶翰打造直播营销，带动电商平台销售转化，拉动洗手液新品销量的增长。

**策略与创意**

舒肤佳将“洗手”+“网课”两大热点相结合，携手品牌大使李汶翰担任“洗手课代表”，倡导“翰卫健康，手护全家”活动主题。

舒肤佳联动天猫超市、钉钉，打造了三个阶段“洗手网课”式直播营销活动。

亮点总结视频：<https://v.qq.com/x/page/a3151rdxbdb.html>

**执行过程/媒体表现**

**Lesson 1：明星在线“教洗手”，洗手课代表邀你来上网课！**

李汶翰微博亲自认证舒肤佳洗手课代表身份，邀请同学们来上洗手网课，紧接着推出《“手”保健操》Vlog，宅家演绎舒肤佳洗手六步法，在线监督同学们洗手，进一步提升粉丝的期待值。

**Lesson 2：明星网红连麦“玩洗手” 跨界联动直播带货！**

李汶翰空降天猫超市直播间，连麦两大带货主播林珊珊和张大奕，跨界联动话题十足，紧贴健康防护热点，种草舒肤佳洗手液新品，强势引爆电商流量。

**Lesson 3：钉钉网课“学洗手”，一边追星一边学习不是梦！**

前期各路粉丝爆料“明星开网课”、“钉钉追星不是梦”，铺设重重悬念；随后，钉钉官微迅速认领引发全网热议，让洗手网课强势出圈！

首次开创钉钉明星直播，打造钉钉网课式直播，李汶翰在线教学洗手知识，上课与带货齐飞，随堂点名互动赢独家福利。

**营销效果与市场反馈**

**让“洗手”成为热点，舒肤佳洗手网课强势出圈！**

粉丝自发“晒作业”晒单，二次传播网课视频，持续扩散出圈！

这一次舒肤佳李汶翰洗手网课事件，微博话题曝光量超**7165万；**

**让洗手液新品成为爆品，短短5天爆卖296万！ROI达4.14。**

****