**杜蕾斯“金风玉露一相逢，便造就人间同步”**

**广 告 主：**杜蕾斯

**所属行业：**快消

**执行时间：**2020.08.20-08.24

**参选类别：**创意传播类

**营销背景**

「杜蕾斯持久欢愉系列」新品首发，带来两性互动的全新升级体验。

当两个人足够同步合拍，就可以感受到持久的美好，杜蕾斯一直致力于帮助情侣实现生活和精神上的“同步”，给每一对爱人提供持久契合的体验。

****

**营销目标**

**【产品维度】**如何传递持久新品的「同步」愉悦感，引发用户关注，感知产品优势。

**【销售维度】**号召用户在七夕浪漫节点为爱行动，引流电商平台，刺激购买。

**策略与创意**

**LIVE现场cut链接：**<https://www.bilibili.com/video/BV1cz4y1S7mn/>

**【洞察#掌握节奏的艺术，一拍即合#】**

两性相处-同步相爱节拍，方享持久愉悦

音乐节拍-律动升温情感，谱写共鸣氛围

**【创意#和她，感受同步#】**

杜蕾斯持久×音乐律动，跟着音乐的节拍，与她一起体验爱的合拍，爱的双重奏，同步谱写

**【策略#以音乐催化感官，跟随节拍共赴同步美好#】**

内容共鸣-提炼音乐同步表达，具象化旋律点燃感官

深度互动-0时差默契云现场，以乐为媒同步无间

场景延伸-渗透用户生活场景，激发多元同步表达



**执行过程/媒体表现**

**/三部曲协奏，和她感受同步/**

**Phase 1 催化：沉浸音乐歌单，循环同步节拍**

打造“同步歌单”，集结爱的同步表达，多元BPM选曲满足用户各类同步需求。



收割大批云音乐自来水UGC，用户段子手上身为产品优势背书。



**Phase 2 高潮：同步音乐LIVE，点亮感官体验**

两大人气乐队带来默契的同步现场，共同沉浸在爱的合拍浪潮。



多元0时差互动，捕捉爱的合拍，和她感受「同步」美好。



Durex官方号亲自下场互动，带动用户评论热度高涨，刺激直接下单。



**Phase 3 余韵：情感大V接力，同步话题探讨**

挖掘音乐平台真实UGC，探讨男女相处之道，巧妙传递「同步」倡导。



走心内容引发海量共鸣，用户纷纷留言小作文讲述自己的「同步」故事



**营销效果与市场反馈**

/爱与音乐天作之合，我与你一拍即合/

**【产品维度】**

总互动数 5,295,673 （含网易云音乐、社交平台总互动数）

杜蕾斯品牌微信指数日环比上涨96.02%

**【销售维度】**

京东平台GMV较同期增长 250%+

「同步欢愉系列」新品销售目标达成率130%+

\*数据来源：秒针检测系统/微信指数公开数据/杜蕾斯京东官方店铺统计数据。