

pigeon

育儿网
全平台

海底世界奇妙夜

——贝亲海藻精粹系列新品上市整合营销

Network Child Care and Education 2019



项目背景

贝亲海藻精粹洗护系列全新上市

pigeon

NEW
全新上市

寻“藻”海洋生命力
呵护原初娇嫩

婴儿海藻精粹护肤系列



主打双藻精粹利益点，希望用更自然的方式呵护宝宝肌肤

如何让消费者深切感知**萃自海藻**的产品卖点？将是本次营销的**难点**所在。

02

营销策略

IDEA



海洋，蕴藏着丰富的物种和资源
 又充满着深邃神秘的色彩


而**海藻**，源自深海

我们选择用“**海洋**”突破营销难点，
 打造线上线上多维互动，
 通过**沉浸式场景体验**，
 跟随贝亲，走进海洋

一起探寻海底世界，领略双藻魅力！

海底世界奇妙夜

海底世界奇妙夜

阶段	场景式体验	视觉化互动	二次传播营销
主题	海底世界探索之旅	探寻 人鱼公主·美丽秘籍	海底世界欢乐趴
目标	线下开展探秘海底世界活动，强化海洋、海藻与品牌产品联系	动画H5情景式展开人鱼公主与红藻、绿藻的海底奇遇，引流产品试用及电商	多元媒介应用，二次辐射全网长尾传播，引发后续影响力
资源	<p>前期：线上招募（亲子周末、BBS、社群等途径招募）</p> <p>中期：线下活动执行(晚场)</p> <p>后期：活动新闻稿，用户体验文章等</p>	<p>情景式动画H5（含APP端试用活动）</p>	<p>整合专题：承载线上H5、线下海底世界活动</p> <p>社群分发、社交平台分享等</p> <p>新闻稿等站外资源传播</p>
定制品牌专题，承载线上线下所有内容，及品牌相关信息，为海藻系列推广扩散传播			
<p>全程植入孩子王/天猫活动链接，为电商导流</p> 			

03

创意执行

推广时间轴

海底世界探索之旅

线下

6.15

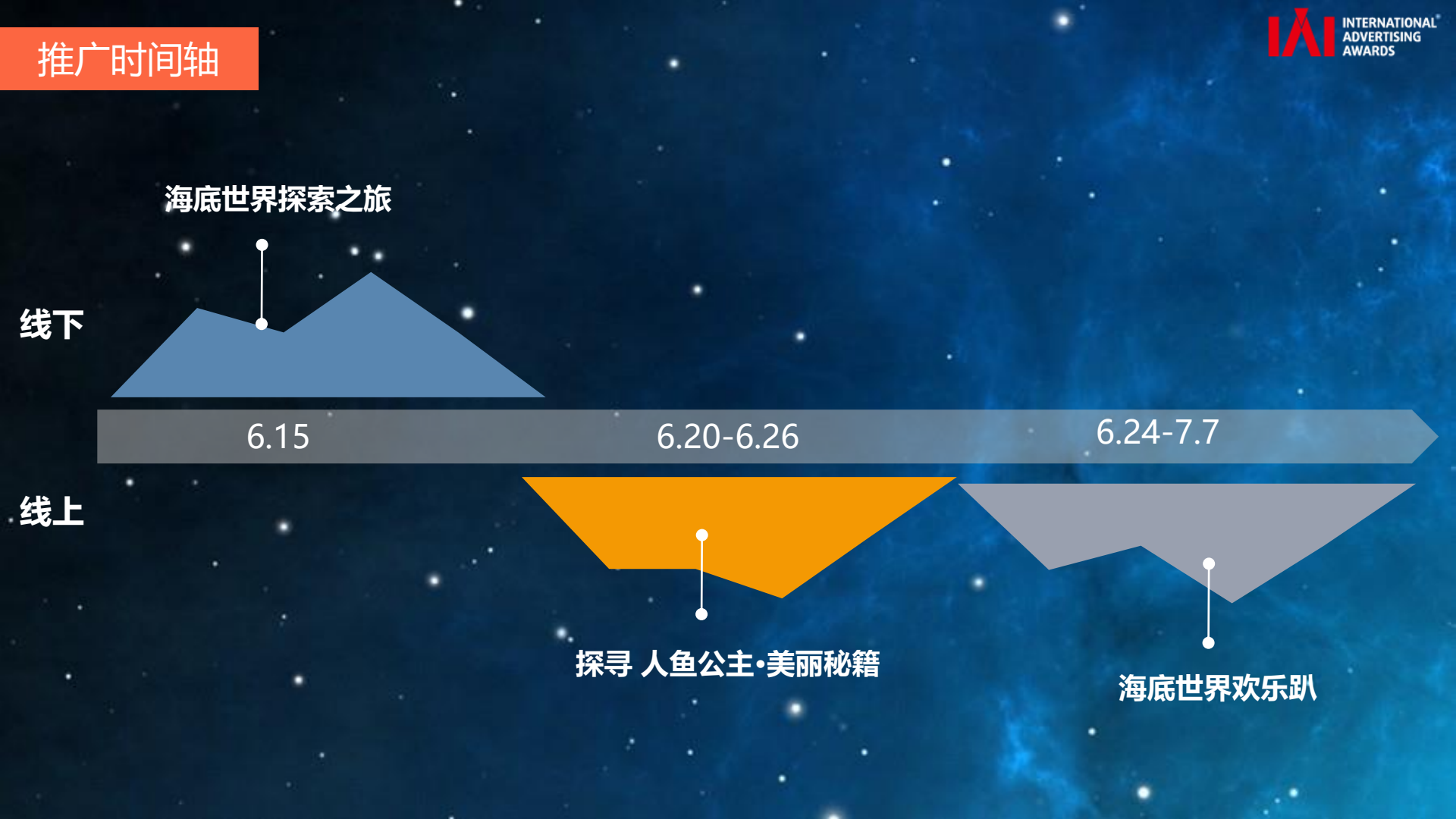
6.20-6.26

6.24-7.7

线上

探寻 人鱼公主·美丽秘籍

海底世界欢乐趴



线下 场景式体验·海底世界探索之旅



扫码查看活动视频

跨界牵手南京海底世界，亲触海藻之源



美轮美奂的海洋主题场景体验



创新性的产品展露



丰富趣味的探索互动



定制美人鱼海底奇遇脚本

以海藻为元素的环节架构

线下 场景式体验·海底世界探索之旅

·活动流程 活动将海藻知识点融合进丰富趣味的海洋系列互动环节中，带领用户演绎真实奇妙的海底世界探索之旅，引发用户的高度参与热情。



17:00-18:00
活动签到、安排就餐



18:00-18:30
海洋实验室



18:30-19:00
帐篷体验



19:00-19:30
美人鱼表演及喂鱼表演



19:30-20:00
极地馆巡游



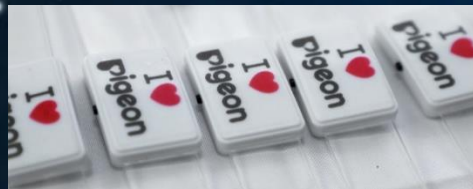
20:00-20:30
海豚表演及合照



20:30-21:00
探秘热带雨林并领取纪念品离馆

线下 场景式体验·海底世界探索之旅

品牌露出 活动过程中将品牌元素、产品及新品利益点融合进现场的布置、道具、活动环节种，处处给予参与用户视觉冲击和品牌暗示。



活动物料露出

道具及布景露出

产品露出

活动环节及脚本的植入

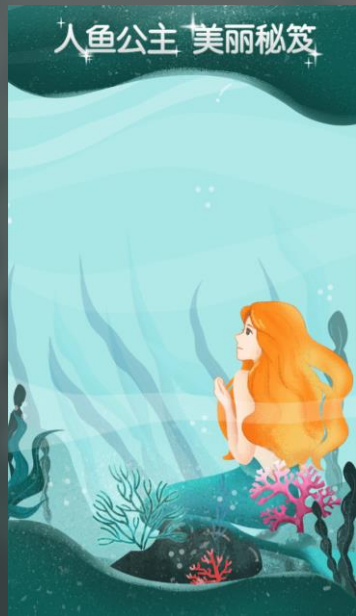
线上 视觉化互动·探寻 “人鱼公主·美丽秘籍”



扫码查看H5

唯美的手绘画风动态展示人鱼公主与红藻、绿藻的海底奇遇，产品自然融入共吸引**近80万次用户浏览**，**4.8万**用户申领试用

动态手绘视觉吸引，线上感知海藻魔力



首页



故事叙述页



产品利益点植入



结页引流电商及试用

线下活动素材线上二次传播·海底世界欢乐趴

多元媒介应用，二次辐射传播

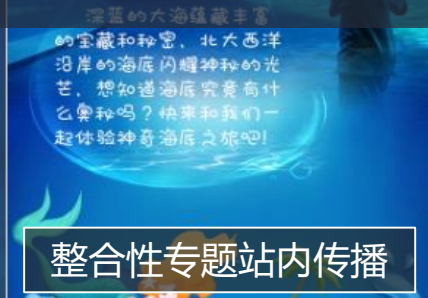
用户于妈妈社区撰写体验报告

温情6月，跟南京海底世界来个甜蜜约会
家有20个月的熊孩子，不爱待在家里就爱出门happy，这不最近天气热了，正愁熊孩子只能家里蹲呢，刚好看到社区有南京海底世界活动就报名了，没想到运气爆棚居然选中了，开心了好几天，嘻嘻，于是在周六和爸爸就带娃踏上了贝亲海底世界奇妙夜探索之旅。

说到去海底世界，小家伙别提多开心了，只会说简单句子的他，都快哼小曲了，哈哈，不一会就到了南京海底世界，已经看到好多小伙伴们已经到了，我们也赶紧排队签到了。

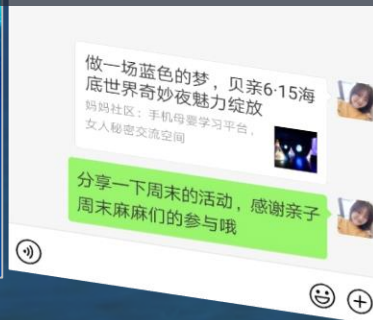


多平台内容输出，引发后续影响力，共覆盖45万次用户浏览



整合性专题站内传播

活动信息社群分发



用户社交平台分享

育儿网主站长期沉淀



04

项目成果

海底世界奇妙夜

一次消费者与母婴品牌**深度交互**的成功探索

推广周期: **1个月**

活动总曝光 **6262w+次**

母婴用户深度互动 **125w+次**

产品试用申请: **4.8w+**

二次传播覆盖: **45w+次**

线下活动到场率: **97.5%**

以“故事”动人 • 人鱼童话全新演绎

一次“大事件” • 跨界联合走进“海底世界”

一场营销升级 • 线上线下海底探索的深入交互

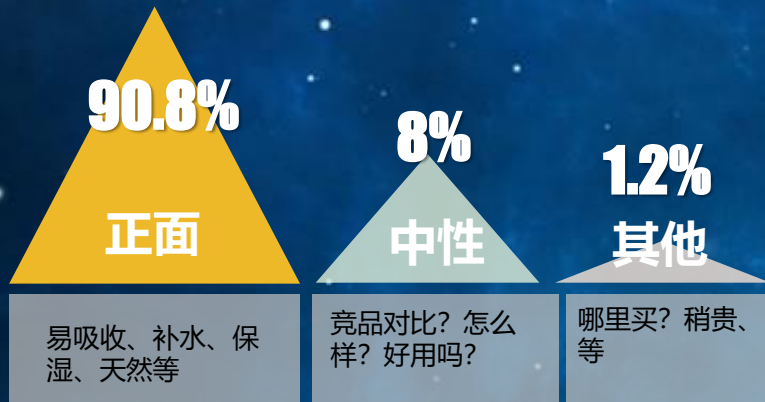
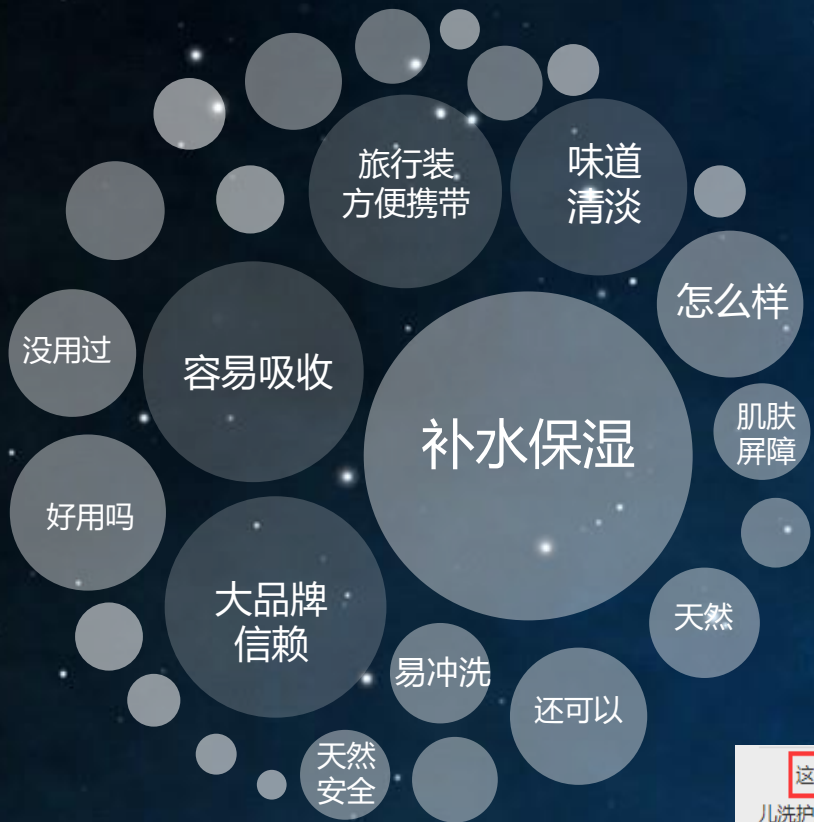


“贝亲海藻精粹系列新品”
 萃取(红绿)双藻精粹, 具有超强补水保湿功能



口碑效果表现

推广期间，站内大量产出**补水保湿**、**天然安全**、**肌肤屏障**等新品 keywords 声量，且**90%以上**为**正面**声量，用户准确获取产品利益点并在站内奠基新品的**正面形象**。



- 站内关于贝亲海藻精粹系列讨论量显著提升，活动结束后仍有热度，产生的声量中，正面讨论内容**超过90%**

真的用过一次就爱上。侄子说他也想要一套，我就把这套送给他了，然后去京东再买一套正装，

贝亲海藻精粹系的优点:海藻内含有多种维生素,矿物质和保湿因子,滋养肌肤,皮肤不会干燥,保护宝宝幼嫩肌肤,温和不刺激,不伤宝宝皮肤,可以呵护宝宝肌肤。比之前宝宝用的强生系列要好用的多

这款是我闻到,最好的一款,有一股清香的味道,以前买的味道太重,不好闻,海藻精粹 贝亲,婴儿洗护旅行装 是我用过最好,最好的一款洗发露+沐浴露+婴儿全身润肤乳,现在就认定这款贝亲,希望