

威王#净说大实话#整合营销

- ◆ **品牌名称**：威王
- ◆ **所属行业**：家居业
- ◆ **执行时间**：2021.07.15-08.16
- ◆ **参选类别**：家居类

项目资料-结案视频



视频链接：<https://v.qq.com/x/page/c3262tk4j1s.html>

威王 | 10 年

如果你的下水道总是堵得慌
那说明妈你该做植发
了

杨迪 威王品牌代言人

净说大实话
威王强力管道疏通剂
疏通管道真给力
除垢更除菌
除菌率99.9%^{*}

专业家居清洁消毒 用威王

*除菌率指在标准试验条件下，威王强力管道疏通剂对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、白色念珠菌、黑曲霉、青霉菌、枯草芽孢杆菌、沙门氏菌、铜绿假单胞菌、军团菌、溶血性链球菌、肺炎链球菌、金黄色葡萄球菌、白色念珠菌、黑曲霉、青霉菌、枯草芽孢杆菌、沙门氏菌、铜绿假单胞菌、军团菌、溶血性链球菌、肺炎链球菌的除菌率。

威王 | 10 年

世间大部分的久别重逢是
士别三日当刮掉一层油
才能看

杨迪 威王品牌代言人

净说大实话
去油用威王橙宝
油腻一招扫
除垢更除菌
除菌率99.9%^{*}

专业家居清洁消毒 用威王

*除菌率指在标准试验条件下，威王橙宝对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、白色念珠菌、黑曲霉、青霉菌、枯草芽孢杆菌、沙门氏菌、铜绿假单胞菌、军团菌、溶血性链球菌、肺炎链球菌的除菌率。

威王 | 10 年

别把死皮赖脸
当作死心塌地
该离开的时候就应该
干净利落

杨迪 威王品牌代言人

净说大实话
威王除重垢洁厕净
去除顽垢真干净
除垢更除菌
除菌率99.9%^{*}

专业家居清洁消毒 用威王

*除菌率指在标准试验条件下，威王除重垢洁厕净对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、白色念珠菌、黑曲霉、青霉菌、枯草芽孢杆菌、沙门氏菌、铜绿假单胞菌、军团菌、溶血性链球菌、肺炎链球菌的除菌率。

威王 | 10 年

如果有人跟你说“有毒吧你”
不一定是你在骂你
是你家该消毒啦

杨迪 威王品牌代言人

净说大实话
威王消毒液
有效杀菌高达99.999%^{*}
除垢更除菌
除菌率99.9%^{*}

专业家居清洁消毒 用威王

*除菌率指在标准试验条件下，威王消毒液对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、白色念珠菌、黑曲霉、青霉菌、枯草芽孢杆菌、沙门氏菌、铜绿假单胞菌、军团菌、溶血性链球菌、肺炎链球菌的除菌率。

背景&目标

2021年，威王在十周年之际，希望通过系列活动进一步与消费者做差异化沟通，树立“**专业家居清洁消毒 用威王**”的品牌形象，加深大众对“**威王，除垢更除菌**”的认知。让低关注度的家清消毒品类，抢占话题风口与流量高地。

#净说大实话#

为进一步促进与消费者的沟通，威王借助品牌代言人——杨迪，突围市场，在7-8月发起十周年系列品牌传播活动。

结合威王实实在在清洁力的产品特性，和杨迪幽默直爽金句频出的特点，打造#净说大实话#创意内容。以代言人杨迪出镜的创意TVC为原点，联动线上线上下，同时在抖音推出共创大赛#别刺激我妈，卷入全民一同“净说大实话”。

媒介&执行

动作1：威王发布悬念视频做预热

7月15日，官博放出悬念视频，引粉丝**过万转发、点赞及讨论互动**，将粉丝的好奇心和注意力吸引到位，扩大宣传面，也更让粉丝期待品牌正式官宣。



预热官博



引明星大粉互动

媒介&执行

动作 2：TVC引爆官宣代言，千万粉丝一同玩转微博

- 7月16日，威王联动杨迪宣发，扩散TVC声量，引发粉丝进一步讨论，结合电商优惠信息长图，导流电商店铺。
- 官博上线系列TVC衍生的创意表情包，引发大批粉丝自发前来留言互动，覆盖全网**2400万+**粉丝，同时**杨迪大粉自发各式威王科普帖**，粉丝疯转扩散。
- 首发话题便登上**热搜榜第四**，阅读量获**5.1亿+**，形成正向的舆论传播，活动上线当日微指数便已增长**4倍**。



转发杨迪微博



发布电商优惠长图



官博发起安利 / 粉丝自发科普



微博热搜榜

媒介&执行

动作3：《净说大实话》抖音同步上线

TVC首发之时，威王官方抖音同步上线，抖音平台一同引爆战役。《净说大实话》短视频在抖音阵地获**685万次播放**，**点赞数3万+**。吸引更多网友关注威王品牌及推广信息。



TVC



TopView



媒介&执行

动作4：网友自发晒单产品，威王电商活动回馈粉丝福利

- 杨迪下场留言互动种草，千万粉丝晒单威王产品，几乎0差评，口碑好！
- 紧跟威王十周年活动的上线官宣，威王所有电商平台矩阵同步更新店铺装修，布置杨迪代言的产品系列画面，承接线上线下载流量来源，同时结合IP周边等福利回馈消费者，进一步引流电商，实现店铺访客量增加60%，店铺成交增加47%。



明星自发点赞、评论，与粉丝积极互动



电商活动海报



媒介&执行

动作5：联合二更发布走心访谈 提升品牌厚度

“二更”全矩阵传播杨迪访谈视频，深度挖掘“十年做好一件事”的意义，走心营销传播威王十周年，提升品牌厚度，推文阅读数达14万+。二更资源渠道总阅读量428W，渠道总播放量近300W



二更微博阅读量达**411万+**



二更微信推文阅读量达**14万+**
视频号阅读量达**8.2万+**



二更B站、爱奇艺、优酷

媒介&执行

动作6：抖音挑战赛卷入全民共创

- 承接《净说大实话》结尾杨迪的一句吐槽“千万别刺激我妈”，威王借势杨迪与妈妈之间的网梗话题，结合生活中妈妈被孩子等刺激的逗趣瞬间，在抖音发起挑战赛（DOU DREAM 大赛）#别刺激我妈。
- 以代言人杨迪为首，卷入各垂类达人共同参与创作，直击生活痛点引共鸣，同时软性植入产品，推动全民卷入。
- 抖音话题上线不到两天，播放量即突破1亿，现累计近35亿！品牌热度实现70倍增长，远超同期竞品。



媒介&执行

动作7：卫视黄金档及线下投放全覆盖

- 代言人加持品牌TVC强势霸屏湖南卫视黄金档，树品牌高度，金鹰剧场硬广资源精准渗透重点销售省市
- 线下硬广覆盖全国16城，触达消费者生活圈：社区电梯+机场+地铁+核心商圈多点位多形式户外广告，覆盖北京、上海、广州、深圳等**16个城市，2000+小区，7000+ 点位**。同时协同**1000家终端形象店**打造，树立品牌终端竞争优势，一件一码/一物一码覆盖全国助力动销。



媒介&执行

动作8：小红书阵地持续深耕产品种草

小红书平台长线种草威王产品，海量达人强势安利新品：橙宝、章鱼嘟嘟、洗衣机槽泡腾片，从目标用户痛点、产品功效、场景使用等出发，为消费者决策增加说服力，引流电商。

单七月整体KOL爆文率高达60%；收录率达90%，互动数超3万+



效果&反馈

全网声量突破46亿

【优质创意内容 引自来水传播】

- TVC视频全网播放量近**900万**
- 项目内容引起凤凰、网易、SocialBeta、麦迪逊邦等多家行业媒体跟进报道，获得**52万+**权威媒体曝光。

【社交平台上线 引爆品牌新战役】

- 微博阵地：#杨迪威王品牌代言人##别刺激我妈# 双话题阅读量高达**10亿+**，微博指数增长**4倍**
- 抖音阵地：《净说大实话》短视频在抖音阵地获**685万次**播放，点赞数**3万+**。抖音活动话题#别刺激我妈播放量累计**近35亿**。威王抖音品牌指数增长**超70倍**，搜索指数增长**近3倍**
- 小红书阵地：七月份相关文章互动率**3万+**，KOL爆文率**60%**

【线上线下广覆盖 引流店铺辐射终端】

- 粉丝晒单几乎0差评，产品口碑高，**威王线上店铺访客量增加60%，店铺成交增加47%**
- 覆盖全国**16城**，触达消费者生活圈：地铁、商圈卖场、机场、社区电梯框架持续上线全国重点城市，覆盖**2000+** 小区，**7000+** 点位，同时投放铺排数千家终端形象店，树立终端竞争优势。