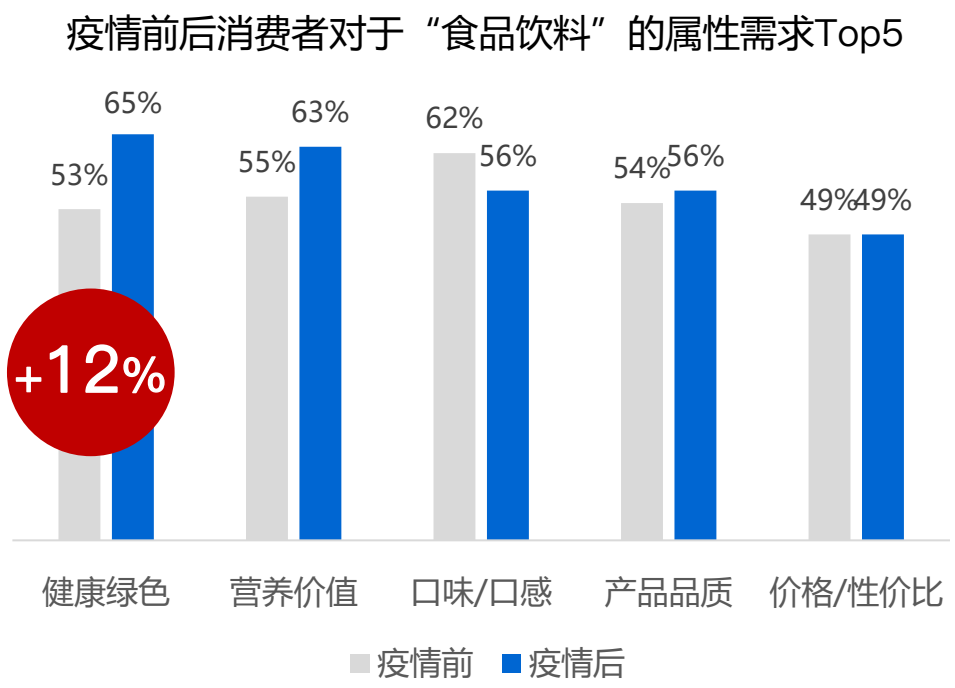
安慕希×Keep【0蔗糖也好喝 健康酸奶新选择】

- **品牌名称：**安慕希
- **所属行业：**食品饮料
- **执行时间：**2023.04.23-05.22
- **参选类别：**食品饮料类

安慕希0蔗糖酸奶焕新上市，面临来自内外部的双重挑战



内部挑战

新品形象焕新

面对消费者健康化的饮食趋势，安慕希需要以差异化方式快速建立新品健康形象

外部挑战

竞品表现强势

竞品简醇以0蔗糖产品在行业内表现强势，安慕希需要寻回市场份额

背景&目标

营销目标

打透健康轻盈的新品形象

推动安慕希0蔗糖酸奶成为

消费者健康酸奶新选择

目标人群

25岁左右新一线城市白领（偏女性）及品质美味追求者

传递卖点

0蔗糖添加 | 多35%蛋白质 | 4g膳食纤维 | 低GI认证

联动Keep建立健康酸奶正向联想，高契合度人群推动产品天然选择

高契合度平台

Keep运动健康领域TOP1

keep

Keep 提供包括运动健身指导、直播课、录播课、跑步、骑行、健康饮食指导、运动装备购买等多种服务，帮助用户打造【自由运动场】，随时随地尽享运动。

作为一家全球化的运动科技公司， Keep积极提倡【自律给我自由】的品牌精神，鼓励用户坚持自律，探索自由运动及人生的更多可能性。

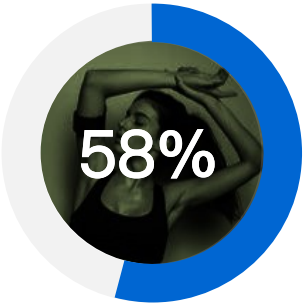
App 日注册户数 **3亿+**

App 月活用户数 **4000万+**

高契合度人群

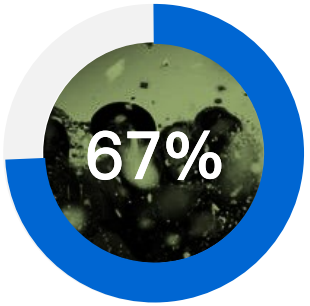
健康饮食的重度关注+消费人群，女性占比高

女性



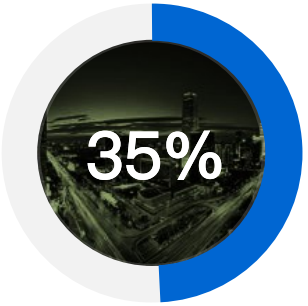
女性用户占比58%

年轻



30岁以下年轻用户占比65%

都市



一二线城市用户占比高达35%

69%用户运动以来选择健康饮食

450w+女性用户关注社区饮食话题

安慕希0蔗糖酸奶 x Keep，共创一场以0蔗糖为核心的健康差异化营销

切入0蔗糖健康心智 → **强化0蔗糖健康理念** → **打透0蔗糖健康体感**

明星健康证言

Keep健康生活家宋妍霏倾情证言
三方联合TVC切入健康心智

健康运动绑定

联合Keep头部达人打造0蔗糖系列课
奖牌赛事激励用户完练打卡

健康场景延伸

明星首次走进Keepland粉丝见面会
场景交互产品深度体验

Keep健康生活家宋妍霏首次倾情证言，三方联合TVC切入0蔗糖心智

@宋妍霏
Keep健康生活家

结合运动/早餐/营业三大生活场景，多角度饮用时机教育，率先攻占消费者认知

运动篇

早餐篇

营业篇

联合Keep头部达人打造首套0蔗糖系列课，运动场景紧密传递新品利益点

洞察站内女性用户的运动偏好，甄选四大运动类别产出安慕希0蔗糖系列课
上线1个月时间课程累打卡139w+人次，超高人气，**创造品牌课程打卡人次新纪录**！

站内女性搜索关键词排名TOP10

减脂 瑜伽 拉伸 燃脂
腹肌 马甲线 普拉提
有氧操 手臂
塑形

K1

跟练量39.2w+

K2

跟练量33.6w+

K3

跟练量32.4w+

K4

跟练量36.1w+

绑定运动前后的能量补充场景
生动传递安慕希0蔗糖酸奶的健康价值，沉浸式引导用户种草

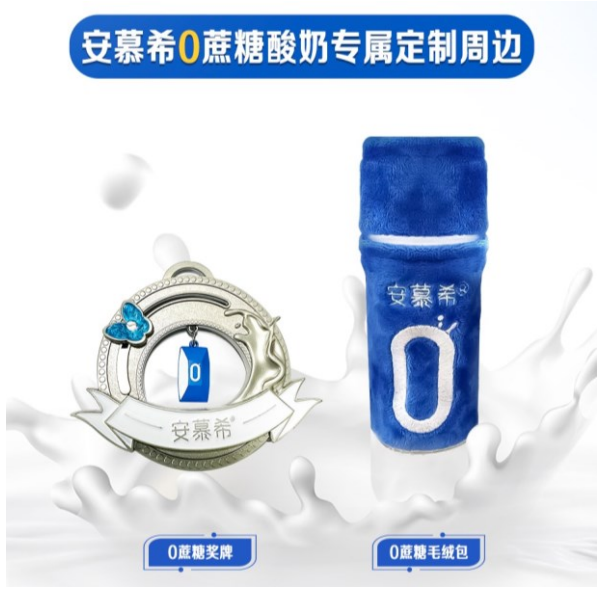
站内同步上线挑战赛事，首个0蔗糖奖牌周边激励用户完练打卡

活动期间打卡安慕希课程7次

用户跟练安慕希系列课程

挑战赛参与量突破39w+人次

用户完赛率25.8%**高于站内20%平均完赛率**



安慕希定制周边产品，吸引用户参与

宋妍霏首次走进Keepland粉丝见面会，场景交互打透0蔗糖健康体感

微博发起活动报名
招募用户参与线下Keepland活动

宋妍霏达人粉丝共同打卡
安慕希0蔗糖系列课

明星亲制安慕希0蔗糖酸奶水果捞
粉丝福利深度体验

站内高曝光资源强势引流关注，站外双微扩散联合营销影响力

——站内——

——站外——

效果&反馈

4节达人课上线1个月累计训练量：139w+

创造品牌课程打卡人次新纪录

能量提升	燃脂瘦身	全身塑形	超燃暴汗
39.2w	32.4w	33.6w	36.1w

挑战赛参与量：39w+

用户完赛率25.8%

对标站内挑战赛平均完赛率20%

硬广曝光完成率：110.87%

硬广点击完成率：130.45%

实际CTR：2.2%

预估CTR：1.87%

效果&反馈

课程内容收获好评,引发站内广泛用户打卡!

亦心1978
哈哈，终于盼来了新课，今天练了下肢课，明天来试试这个
2023/4/23 · 江苏 回复
作者赞过
就叫我小A 作者
来练练

JHRRPDK
打卡语姐肠胃
2023/4/28 · 四川 回复
语姐姐 作者
2023/4/29 · 天津 回复

冷眼旁观的疯批鼠鼠
有幸参加了安慕希AMX0蔗糖的线下keepland，很喜欢凌凌的课程，用最甜美的语气做最狠的动作～
2023/4/23 · 北京 回复
郑凌–Yoga 作者
开心期待下次再见～
2023/4/26 · 广东 回复

璇1210
我儿子特别爱喝安慕希
2023/4/22 · 广东 回复
郑凌–Yoga 作者
我也超爱！！
2023/4/26 · 广东 回复

nc5fbzbgq
郑凌–Yoga: 姐姐太美啦
/4/28 · 北京 回复
IYANG
凌凌！ 气质超好又甜！
/4/29 · 北京 回复

xczeng
每次练习语姐姐关于胃肠道的课程都会打嗝排气，练习完舒服多了。
2023/4/23 · 广东 回复
语姐姐 作者
喜欢您常来
2023/4/29 · 天津 回复
xczeng
回复 语姐姐: 哇，好高兴你的回复
2023/4/29 · 广东 回复

海猫没有帐号
怎么做到这么舒缓的音乐这么狠的活儿
2023/4/23 · 辽宁 回复
郑凌–Yoga 作者
哈哈哈 要用最平静的心态迎接挑战
2023/4/2

SIGGIYANG
爱了爱了！
2023/4/29 · 北京 回复

虎克27
课程前段有练习芭蕾的感觉
2023/4/23 · 吉林 回复
就叫我小A 作者
对的，普拉提里有不少芭蕾元素，厉害噢
2023/4/23 · 北京 回复

WangKitty
不愧是塑形训练，练完第二天肌肉酸酸的，感觉到位了
2023/4/24 · 福建 回复
郑凌–Yoga 作者
之后还可以给自己加量哈哈，我喜欢重复两次练习，效果加倍！！
2023/4/26 · 广东 回复

营销亮点总结

#健康差异化营销# 针对安慕希0蔗糖酸奶面临的内外部挑战，Keep充分发挥平台的运动健康属性，助力安慕希高效建立健康酸奶正向联想，并联合打造了以0蔗糖为核心的健康差异化营销。

#明星应用# Keep健康生活家宋妍霏的首次加入引爆粉丝效应，明星证言快速切入健康心智。

#人群渗透# Keep平台高契合度的女性用户是安慕希的核心TA，通过运动场景的饮用时机教育，推动安慕希0蔗糖酸奶成为消费者健康酸奶新选择。

#效果拔群# 营销合作期间，项目总曝光7710w+，总点击量1690w+，远超预期；Keep健康生活家宋妍霏倾情证言，首次出席线下Keepland活动，招募名额一秒抢空！合作课程单月累计打卡139w人次，**创造品牌课程打卡人次新记录**！挑战赛事引发39w+人次参与，**完赛率25.8%，高于站内20%平均完赛水平**，首个0蔗糖奖牌周边人气火热！