脆脆鲨季节限定口味新品上市营销

- **品牌名称：**雀巢脆脆鲨
- **所属行业：**快消
- **执行时间：**2023.03.25-05.25
- **参选类别：**内容营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

雀巢脆脆鲨季节限定口味脆爽来袭：

1、https://v.qq.com/x/page/a3528yoym3s.html（产品视频）

2、https://v.qq.com/x/page/d352803f7hx.html（达人共创视频）

背景&目标

背景

1、开发与“春季”相关的产品概念:应 季水果口味(青提青梅&树莓杨梅)+ 彩色夹心;产品包装设计使用春季清 新风格;

2、品牌借助春季口味热点进行social 传播，线上传播+线下承接助力破圈及 品牌形象年轻化；

3、春季是饼干品类推出限定口味的Peak Season，竞品有较成功的品类实践。4.脆脆鲨季节限定口味新品（春季）新鲜上市，选择应季当红水果口味，吸引追赶时尚健康潮流的年轻人群。

目标

打造春季破圈话题，进行NEWS告知，脆脆鲨春季限定口味上市;

IP合作助品牌活力;

借势IP合作造势新品上市事件，提升品牌活力，促进销售转化。

挑战和困境

脆脆鲨的产品长久集中于传统巧 克力口味，缺少一些季节性的、热点 性的创新，流失爱好尝鲜的消费者；

脆脆鲨一直以来的社交传播缺少对于 时效性热点的捕捉，造成消费者活跃 度低、破圈性不足的问题 。

春季限定全平台声量、消费者活跃度均高于其他季节 ，脆脆鲨季节限定口味新品新鲜上市，吸引追赶时尚健康潮流的年轻人群；以“鲜型一步 脆爽春天”为营销主题，限定产品破圈营销：打造春季破圈话题，进行NEWS告知，走入消费者心智，实现Gen Z用户的快速拉新；潮流时尚品牌NewEra跨界助力，借势时尚势能，深度沟通年轻人，打造时尚、潮流的上市事件，提升了品牌活力，促进销售转化。

这是一款我们看了都觉得很有新鲜感的产品，第一反应：忍不住想要尝尝鲜，看一眼就好像来到了春天。

一个小小的痛点——

当草木发芽的时候，我们还在水泥城墙里。对于感知春天的新鲜力，城市比户外要晚一点、弱一点。

我们希望通过捕捉「鲜」将春天感与产品绑定，赋予脆脆鲨春节限定口味一个新的情绪定位。

/在城市里，吃到了脆脆鲨，就“鲜”到了春天里。——新鲜口感，一口就能把我们带到春天里。

/春天在户外不管去哪，包里都应该有一款脆脆鲨。——这是一款抗饿力up+和好友分享新鲜事时的必备零食。

营销主题「鲜型一步 脆爽春天」

脆脆鲨目前面临问题有新鲜的产品但品牌不够“新”，需要一个潮趣调性的IP加持；

春游作为重点场景营销但相比春游，春游穿搭拍照更成热榜话题；

相比户外IP品牌在跨界上打出户外错位感，才更有破圈机会——New Era。

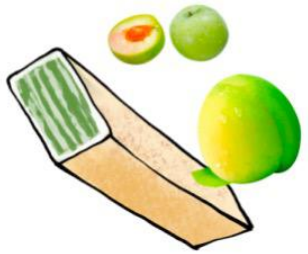
insight

一个小小的痛点——

当户外开始发芽的时候，我们还在水泥城墙里。

对于感知春天的新鲜力，

城市比户外要晚一点、弱一点。



CCS春季限定口味CAMPAIGN
CCS春季限定口味CAMPAIGN
CCS春季限定口味CAMPAIGN
CCS春季限定口味CAMPAIGN

CCS春季限定口味CAMPAIGN

我们希望通过捕捉「鲜」将春天感与产品绑定，

春天的新鲜力

+

产品的新鲜感

+

脆脆鲨那独有的鲜脆口感

赋予脆脆鲨春节限定口味一个新的情绪定位。

媒介&执行

Step1 多新鲜的联名大新闻

CCS鲜型一步共创打造春日时尚联名新闻大事件

***Step2* 多新鲜的social互动，全新产品视频，达人共创时尚视频上线**

全网发酵种草与新媒体流量达人共创春季限定social视频，OTO关联销售

突破传统产品CG视频方式，用实景微缩景观打造产品TVC

***Step3* 达人提前购买尝鲜，优质口碑蓄势，TAG式笔记种草形成小红书产品关联词搜索联系，让产品更易记忆，标签式产品体验，降低种草笔记的广告属性，更加真实地影响目标人群体验。**

- **受众参与互动的营销场景**

脆脆鲨季节限定新品上市，从人、货、场三重维度：人群需求洞察、产品趣味性、场景圈层的深度融入，规划媒介传播策略，联动潮流时尚KOL/KOC，辐射年轻用户群。

达人提前购买尝鲜，优质口碑蓄势，TAG式笔记种草形成小红书产品关联词搜索联系，让产品更易记忆，标签式产品体验，降低种草笔记的广告属性，更加真实地影响目标人群体验。达人从产品本身创作种草内容强化 “舌尖鲜体验” “口味过山车”特点，是聚会、露营、户外随时补充能量的美味选择，营造全民气氛，为618大促月提前提供优质口碑内容池。

媒介&执行

CCS春季限定口味CAMPAIGN

传播主题	鲜 型 一 步　脆 爽 春 天		
项目目标	三板斧打开市场新鲜度，助力品牌鲜型一步		
项目阶段	预热期	爆发期	长尾期
阶段主题	大鲜身手 · 联名鲨	鲜型一步 · 玩乐鲨	敢为人鲜 · 鲨疯了
传播内容	官宣联名周边，造势 新品上市NEWS • 官方发布联名 • KOL转发扩散 • 联合视频发布	打造脆爽鲜型车 • 发布鲜型车预热海报 • KOL转发扩散 • 时尚达人联名视频 • 行业 Case vedio	线上打卡种草 • 外围KOL打卡买手店 • 多平台花式种草
传播渠道	微博为主，其他平台辅助	微博抖音为主，其他平台辅助	小红书种草为主，其他平台辅助

CCS春季限定口味CAMPAIGN

话题声量冲新高新媒体矩阵选择

新消费品牌投放玩法策略

新消费品牌整体以分享、好物、推荐、评测为通用热门种草发文关键词，小红书注重合集玩法，B站强调国货，抖音突出生活场景

从发文关键词特征和玩法特征来看，新消费品牌在主流社交媒体平台皆以分享、好物、推荐、评测为主要发文关键词，特别注重从KOL自身使用感受角度切入，对用户进行心智种草。除上述共性特点外，各平台仍具有一定的玩法差异和平台个性，例如，小红书的合集、探店、清单、平替，B站的国货、开箱、红黑榜、vlog，抖音的生活场景、国货、品牌品质等。

新消费品牌在小红书上主要以分享、好物、合集、体验、探店、平替为主要发文关键词

小红书

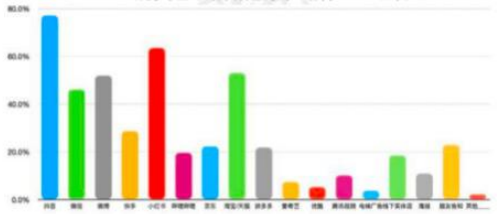
新消费品牌在B站上主要以分享、国货、试用、开箱、好物、合集为主要发文关键词

B站

新消费品牌在抖音上主要以评测、推荐、分享、国货、日常生活、品牌与品质为主要发文关键词

抖音

消费者了解新消费品牌产品的渠道



抖音（77%）、小红书（63.5%）、天猫/淘宝（53%）位列受访者接触新消费品牌渠道提及率前三位，此外，分别有51.9%、46.1%受访者表示从微博、微信中了解到新消费品牌；

未来，新消费品牌依旧将直播、短视频、电商、线下广告渠道作为重点布局

数据来源：Morketing

消费者了解新消费品牌产品的渠道

抖音 (77%)

抖音突出生活场景主要以评测、穿搭推荐、日常生活；抖音精准的推荐算配用户兴 趣点，刺激用户形成潜在消费欲望；短平快的节奏特性，能够刺激用户在碎片时间内 种草

小红书 (63.5%)

小红书注重长效种草利于持续强化产品印象利于口碑塑造和巩固用户沉淀 小红书大量KOC体验笔记下的铺量种草生态生活化内容，以用 户的真实“背书”提高内容可信度

CCS春季限定口味CAMPAIGN

Step2 多平台KOL互动种草 撬动联名热潮

生活类、时尚类、美妆类、运动类KOL在小红书、微博、抖音等平台开启全网花式种草，造势联名大事件，种草新品上市产品。

活用MLB自带种草达人属性，seeding全网花式种草

春日限定 | 盘点那些超新鲜的应季美味，错过再等一年!

多新鲜的联名 | 爱了爱了，这个春天我鲜型一步了!

新鲜！这个春天我可以扬眉吐气了!

春日秀场 | 哇这些都是小鲜女福利

话题建议：

#鲜型一步 脆爽春天#

#多新鲜响 脆脆鲨和MLB联名了#

小红书

抖音

CCS春季限定口味CAMPAIGN

CCS春季限定口味CAMPAIGN

CCS春季限定口味CAMPAIGN

Step3 脆爽春天预热大片正式发布

“无张扬，不青春，鲜型一步，脆爽春天！”

视频用当下年轻人的爱好及个性特点作为串联

植入脆脆鲨XMLB联名产品

如

“潮酷的街头文化可以佩戴的帽子，脆爽一整个春天”

“春天要先抵达，快乐要干脆”

“露营爱好者感受春天第一缕微风咬一口脆脆鲨”

将联名大事件和年轻人态度强捆绑

传递品牌产品力及价值观

时尚联名视频

CCS春季限定口味CAMPAIGN

Step 3：小红书/微博/抖音等多平台花式打造新品种草标签

话题聚合及行业盘点
微博话题#鲜型一步趣春天#

KOL矩阵发布
助攻出道

小红书KOC和素人
强势植入场景化营销

抖音
不同品类达人演绎自己的
"鲜型一步趣春天"

内容方向示意

#春天带着脆脆鲨趣户外尝鲜#

绑定户外春游必备零食

#遥遥领鲜的脆脆鲨#

春日零食推荐榜单，脆脆鲨领鲜上榜

#垂鲜三尺# 新鲜口感的零食种草

#小鲜女必备零食#

高颜值零食种草，打造鲜气十足的脆脆鲨

#脆脆鲨的新鲜吃法#

花式吃法：搭配酸奶、冰激凌、蛋糕

主视觉

媒介&执行

雀巢Nestlé
脆脆鲨
NEW!
青提!!!
青梅味
“鲜型”一步
脆爽春天
SPRING
季节限定
HAPPY
青提青梅味
树莓杨梅味

雀巢Nestlé
脆脆鲨
“鲜型”一步
脆爽春天
cool!
SPRING
季节限定
HAPPY
青提青梅味
树莓杨梅味

雀巢Nestlé
脆脆鲨
FRESH!
树莓
杨梅味
“鲜型”一步
脆爽春天
SPRING
季节限定
HAPPY
青提青梅味
树莓杨梅味

官宣海报

效果&反馈

1. 与国际大IP MLB跨界合作，强强联合，双方赋能，销售同比提升220%；
2. 与新媒体达人共创春季限定social视频，OTO关联销售，全网曝光5000W+，互动10W+；
3. 突破传统产品CG视频方式，用实景微缩景观打造产品TVC；
4. 鲜型一步 脆爽春天，在万物复苏的春天 共鸣年轻人群情绪价值；

2023年雀巢脆脆鲨春季限定全案营销

#跨界合作# #达人种草#　#Mini秀# # 电商导流 #

- 与国际大IP MLB跨界合作，强强联合，双方赋能
- 与新媒体达人共创春季限定social视频，OTO关联销售
- 突破传统产品CG视频方式，用实景微缩景观打造产品TVC
- 鲜型一步 脆爽春天，在万物复苏的春天 共鸣年轻人群情绪价值