杰士邦零感玻尿酸 520下一场爱的及时雨

- **品牌名称：**杰士邦
- **所属行业：**医疗服务器械(卫生服务)
- **执行时间：**2023.05
- **参选类别：**内容营销类

结案视频

https://player.youku.com/embed/XNTk2OTAwOTM1Mg==

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

背景&目标

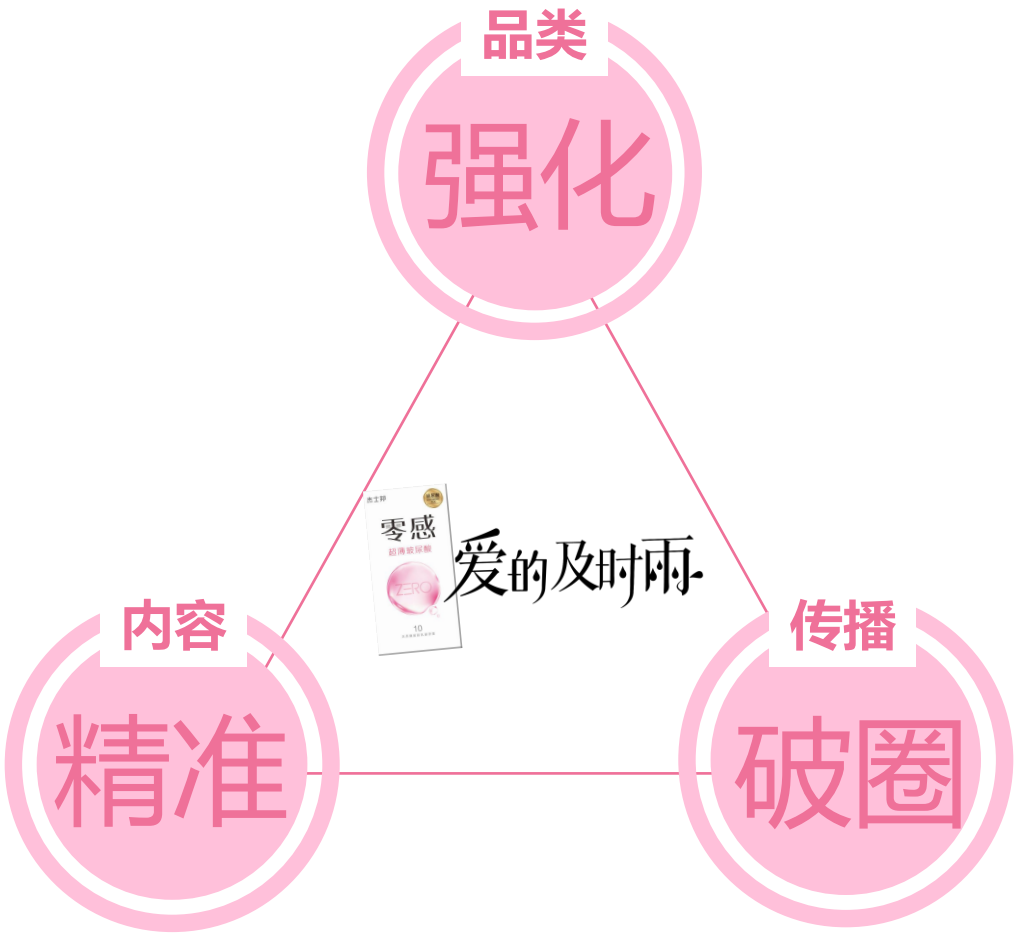
品类强化

借势520情人节话题热点，杰士邦玻尿酸安全套品类再强化教育

品牌渗透

联动美团平台，以创意事件打通产品和购买，增强杰士邦品牌渗透力

立体化组合拳，精细化布局圈进式营销



强化玻尿酸品类教育

在520节点，用三场爱的及时雨加深与消费者的沟通

让消费者快速明确的感知产品的水润卖点

创意内容，精准洞察

洞察消费者爱的「即时需求」，联合美团共创爱的及时雨创意

表达，心智指向狙击

传播力破圈，多平台发酵强铸矩阵

微博热搜/微信朋友圈/抖音/B站/四城大屏，多平台全域传播

全场景破圈击穿，抢占玻尿酸安全套营销高地

媒体沟通策略

精准覆盖	通过社交平台、短视频平台信息流广告 针对品牌目标人群标签及时段进行精准覆盖	促进转化
“O+K”联动	借助线下户外大屏广告及趣味快闪店联动线上社媒KOC探店打卡，打造趣味话题，引发品牌热议。	引发热议
KOL种草	情感类/种草类KOL发布，凸显产品卖点，引流销售	引导带货

投放矩阵

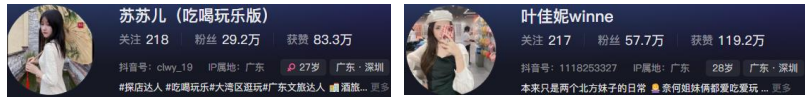
媒介&执行

投放媒体矩阵

社交、短视频媒体

抖音　微信　微博　B站

KOL



户外大屏投放媒体

北京合生汇

北京金地

深圳龙岗万达

成都金楠天街

长沙华创国际广场

线下快闪店

站内资源全方位覆盖，以创意撬动转化 媒介&执行

收割为主，多维度搜索占位策略，覆盖目标用户购买心智

落地页/弹窗/主题banner/首页banner/O2O连锁包装

全国30+城包店，3000家门店线下主题陈列 媒介&执行

知名药房合作强背书，增加大众对于这款产品专业性的肯定，为零感产品呈现更好的信任度

线上线下联动曝光！

包店设计

落地执行效果

杰士邦巨型云朵成功落地深圳龙岗CBD！ 媒介&执行

“爱的及时雨”下到深圳啦！

效果图设计

实物搭建效果

现场盛况

杰士邦首个
美团超级品牌日

传播总曝光

1.3亿+

传播总互动

99万

四大平台媒介投放

媒体投放共计收获9088万曝光，曝光超额171.19%完成，CPM单价下降41.58%

微信朋友圈曝光超额完成率最高为364.49%，微博超级粉丝通互动完成率最高位462.35%

B站实际CPM单价最低为10.02

广告业内好评不断

效果&反馈

广告女王公众号

柠檬 来自黑龙江 回复 25

说真的 杰士邦做营销还是很有一套 爱情中的及时雨，除了靠彼此的努力和付出，还能靠什么呢?

广告女王 >

广告文案圈公众号

好美 来自山东 回复 24

520礼物真的难选 老夫老妻不如来点实在的 节前刷到了杰士邦的宣传 果断入手 这个浪漫的520礼物你就说怎么样吧

广告文案圈 >

广告圈头条公众号

骑着蜗牛追导弹 来自黑龙江 回复 19

TT广告确实是一门技巧 营销如果过度就容易翻车 杰士邦一向比较接地气 不油腻还能戳中小心心

广告圈头条 >

30+城市，3000家门店线下主题陈列，线上线下联动曝光。