汤臣倍健K2运动会 骨力无限接力

- **品牌名称：** 汤臣倍健
- **所属行业：** 医药保健/医疗器械及服务类
- **执行时间：** 2023.10-11
- **参选类别：** 娱乐营销类-品牌代言

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

https://v.qq.com/x/page/n3563rhiu5l.html

https://v.qq.com/x/page/m3563nawidc.html

背景&目标

销 售 目 标

巩固钙品类心智，冲击1000万GMV

传 播 目 标

有效整合媒介资源，通过线上大事件整合推广，完成认知拉新，引流收割闭环

营 销 难 点

- 行业产品同质化
- 品牌竞争白热化
- 特殊品类受广告法规限制

三重难点夹击之下

本次营销目标是汤臣倍健如何突破营销桎梏，占据消费者心智，抢占市场份额。

洞察&策略

十月全民运动潮 两大机遇助力品牌引爆营销

社会热议：

适逢10月杭州亚运会运动盛事火热来临之际，全民运动需求升级，补钙刻不容缓。因此，发起全民运动会。提高补钙意识，骨力接力掀起运动新风潮。

TA焦点：

国际健身运动圈顶流魔鬼帕梅拉，即将发起首次中国行，聚焦千万粉丝关注。即将掀起运动补钙意识新风潮！

洞察&策略

广泛覆盖

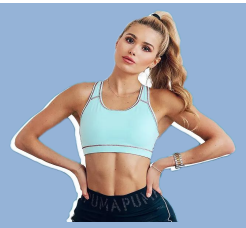
深度教育

精准引流

促进转化

京东

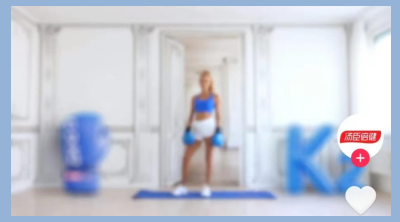
掀起好奇心缺口 话题制造产品沟通机会点



魔鬼帕梅拉加入

专业操赋能骨力提升

动作设计引爆全网关注



全网范围直发

K2运动操+运动会

话题风暴再升级

顶级KOL跟练团 出战跟跳+口碑背书

多圈层垂类KOL 强势背书" K2精准补钙" 种草汤臣倍健 K2礼盒

建立流量杠杆

小红书

多渠道话题页+种草王牌装备

关键核心动作&产品故事,详细教育汤臣 K2装备优势

大数据精准引流目标人群进店浏览&购买

汤臣倍健

CRM

赋能私域生态
拉新+会员激活

线上旗舰店沉浸运动体验升级

运动主题氛围设计,场景化激活消费需求

bigday中文运动直播收割

帕梅拉爆点直播+互动权益引爆撬动 K2转化爆发

1-6-N圈层矩阵链路打通流量销售闭环
突破营销结界

K2运动会

汤臣倍健X微博X京东X帕梅拉

微博为核心阵地，组合主流平台策略，借势平台，突破该品无法连接明星的限制。

霸榜优质资源点位，强势声量曝光

层层吸睛大众 精准引爆销售

宇博顶流帕梅拉号召
多圈层响应达人扩散

1-6-N圈层大范围扩散造大声势，强势覆盖目标人群
加深汤臣倍健“K2”印记深度种草钙DK。

京东
多·快·好·省

洞察&策略

健身顶流帕梅拉引领K2运动会热潮

由运动圈层出发，层层递进号召全民参与引爆关注

全域预热-帕梅拉邀请全民跟跳

帕梅拉多平台首发K2骨力操

开启全民跟跳热潮

挑战加热-全民骨劲PK挑战

官方多平台发起#PK AI芭比#话题挑战赛

品牌定制礼盒引爆抢购

直播引爆-万人在线PK

京东A+超级发布资源助力帕梅拉首场国内直播

站内直播万人在线跟跳引爆直播间

媒介&执行

K2运动会嗨翻「微博」主阵地

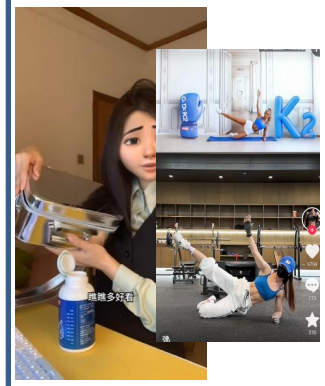
帕梅拉首发+热搜引爆全民话题围观+精准销售

话题引爆：#PK帕梅拉就凭这骨劲

K2骨力操全网上线
K2运动会火热启动

- 帕梅拉X官博首发全网上线[K2骨力操]

礼盒上线京东，
多圈层扩散
自来水UGC铺量



- 话题热度高涨

热搜第三位，
霸屏资源点位
促进销售，平台导流

- 导流京东，实现销售闭环

微博长线话题，
专业科普KOL持续加持
促进长尾转化

- 热度加持

小红书
多圈层达人
渗透传播

多圈层接力晒骨力挑战战绩
多维测评种草产品导流引爆销售

效果&反馈

汤臣倍健
京东
多·快·好·省
总曝光1.7亿次
电商端实现超1000万销售转化
维生素
本次营销有效5A人群触达量达
2293万
带动5A人群拉新增长达
104%
活动话题播放量
5000万+
扩散渠道：小红书、微信、抖音
品牌兴趣人群提升达
36,753%
总曝光量9,000万+
维生素D3

2023年Q3

携手汤臣倍健塑造保健行业营销新标杆
开创帕梅拉与VDS行业首个及目前唯一品牌合作

汤臣倍健电商营销战役「K2运动会 骨力无限接力」

汤臣倍健 X 京东 X 微博

背景/BACKGROUND

汤臣倍健作为VDS行业领先品牌，在钙品的“红海”里，面临着行业产品同质化、众多品牌竞争白热化、特殊品类单品受广告法规重重限制的三重难题夹击。如何帮助汤臣倍健钙品突破营销桎梏，快速占据消费者心智，在众多品牌中突围而出抢占市场份额，是本次营销的核心挑战。

策略/STRATEGY

「顶流突围，圈层扩散」以“运动健身”为突破口，主办方微博发起「K2运动会」 主题活动，结合京东超级IP“A+超级发布”&顶流健身博主帕梅拉顶级资源造势。以微博为主阵地，抖音、小红书、微信等主流媒体平台打造“1-6-N”圈层矩阵，由运动圈层出发，产品心智层层渗透6大圈层，强势覆盖目标人群。

全网阅读量
8681万+

品牌骨劲热搜话题持续霸榜

#PK帕梅拉就凭这骨劲#

帕梅拉同款定制礼盒引爆产品销售

汤臣倍健「骨力无限礼盒」

包围式强曝光渗透种草捕获大众关注

1.7亿+
全网总曝光　卷动超千万销售额

小红书 #汤臣倍健K2运动会　话题曝光量
1000万+

品牌人群增长
104%+

内容整体爆款率
40%+

品牌声量
135倍+

兴趣人群增长
36753%+

洞察/INSIGHT

后疫情时代，各式运动竞赛井喷式回归大众生活，全民运动热情持续升温，10月杭州亚运会运动盛事将2023年运动氛围推向高潮。同时恰逢国际运动健身顶流博主「帕梅拉」开启首次中国行，成为全民关注焦点。这无疑是汤臣倍健作为始终关注大众健康的国内VDS行业领先的品牌，借势双重热点为汤臣倍健钙品在竞争中突围，夺取TA关注并占领市场的最佳机会。

创意/IDEA

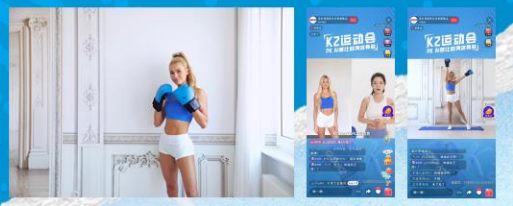
汤臣倍健K2运动会 骨力无限接力

借势打造汤臣倍健粉丝专属运动会，特邀帕梅拉跨界出任首席运动员，首发全新骨劲运动挑战，引发全网参赛PK帕梅拉，掀起科学精准补钙新风潮。

全网观看量
1600万+

帕梅拉定制操&独家ID助力骨力提升

帕梅拉定制品牌独家「K2骨力操」

帕梅拉中文直播首秀嗨翻全网

全网粉丝面对面PK帕梅拉