

看显眼包如何抖擻药界传播新思路

感康布洛芬抖音挑战赛创意营销

- ◆ 品牌名称：吴太感康
- ◆ 所属行业：医药
- ◆ 执行时间：2024.06.10-06.27
- ◆ 参选类别：互动体验类

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

https://v.qq.com/x/page/b3563j5185u.html?url_from=share

感康®

看显眼包如何抖擞药界传播新思路

感康布洛芬抖音挑战赛方案

背景挑战: 如何在不违背OTC市场监管的前提下, 找到社会化营销新思路?

当下药品的社会化传播面临国家法规与平台政策的多重监管, OTC严肃的传播语言与活泼的社交平台调性相左。在此矛盾下, 应如何找到稳妥的营销新思路, 助感康布洛芬新品快速获得良性的市场反馈。

我们发现: 必须锁定年轻女性用户, 用情绪疗愈真正打动她们的芳心!

布洛芬作为一款降热止痛的药品, 常助女性群体应对各类不适。感情细腻的女性在不时常伴随着情绪的波动, 渴望被关怀。我们发现, 必须锁定年轻女性用户, 用情绪疗愈真正打动她们的芳心!

核心策略: 打造感康“男友天团”IP与玩法, 让感康布洛芬成为示爱神器!

2024乙女游戏爆火, 虚拟的知心男友正在成为女性群体的情绪疗愈站。我们打造感康“男友天团”IP与互动玩法, 使感康布洛芬与浪漫的情绪治愈场景深度绑定。

创意执行: “男友天团”IP三重奏, 触动年轻女性的恋爱情绪!

第一奏: 开屏公开示爱, 三位感康布洛芬虚拟男友IP“成团出道”, 在抖音惊喜表白女性用户。

第二奏: 甜蜜回应表白, 发起#请做我的心中人# 抖音挑战赛与网友高甜互动。

第三奏: 秀出被爱体验, 头部颜值达人透过男友视角, 演绎送感康示爱的粉红剧情。

No.1

抖音品牌话题榜

8.5亿

播放量

1800w+

话题互动量

No.6

抖音话题热榜

985w+

达人内容总播放量

29w

挑战赛参与人数



背景 BACKGROUND

当下药品的社会化传播，
面临**国家法规与平台政策**的多重监管

重重监管之下，
OTC形成了严肃的传播语言，
并且已经固化



而社交平台的传播环境
是活泼的、趣味性的
与OTC的语境相左

感康新品想要出圈，需要在**不违背OTC市场监管的前提下**，
突破严肃语境，玩出社交平台的活泼调性

挑战 CHALLENGE

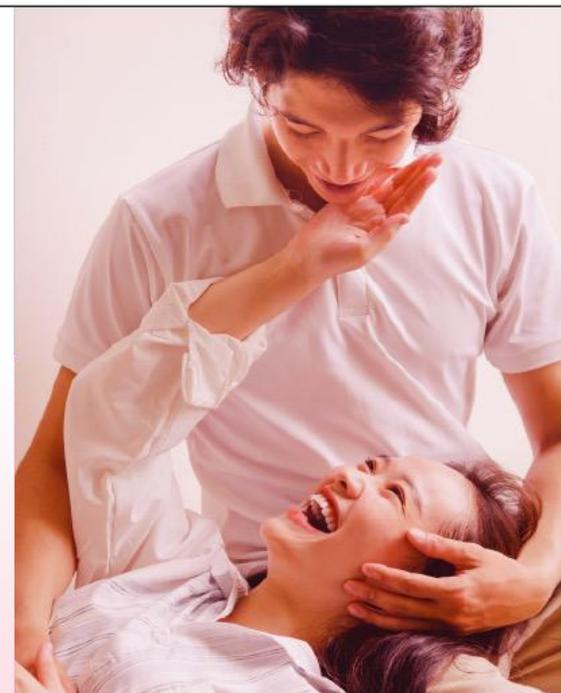


在OTC与抖音调性的矛盾下，
如何找到坚固稳妥的营销新思路，
助感康布洛芬新品在上市之际，
快速获得**良性的市场反馈**？



洞察 INSIGHT

布洛芬作为一款降热止痛的药品，常助女性群体应对各类不适。
女性用户占比偏高的布洛芬，素有“女性之友”的美名。
情感细腻的女性在不适时常伴随着情绪的波动，迎来依赖情绪的大爆发。
在许多女性向的影视文学作品中，
脆弱是感情的升温计，生病是关系的试金石。



结论:

应锁定年轻女性用户
用**情绪疗愈**真正打动她们的芳心!

策略 STRATEGY

2024,

乙女游戏爆火，
虚拟的知心美男正在成为女性
群体的情绪疗愈站。

策略 STRATEGY

在这爱意满满的氛围中，
我们决定打造一个浪漫治愈的场景：
身体不适时，
爱你的人会将药递到你的手中。



感康要成为
这一场景的主角

我们提出：

打造感康“男友天团”IP

用“男友天团”IP及互动玩法，
使感康布洛芬成为

贴心男友手中的示爱神器



借助抖音这一年轻人汇聚、
内容短平快的社交平台
为新品带来快速的市场反应



创意执行 CREATIVE & EXECUTION

“男友天团” IP三重奏

触动年轻女性的恋爱情绪



IP



抖音挑战赛



达人内容

创意执行 CREATIVE & EXECUTION

第一奏： 开屏公开示爱

三位动漫美男“成团出道”，
组成感康布洛芬虚拟男友IP



气质型

芬 Kinn



霸总型

普罗 Prof



奶狗型

艾布 Abu

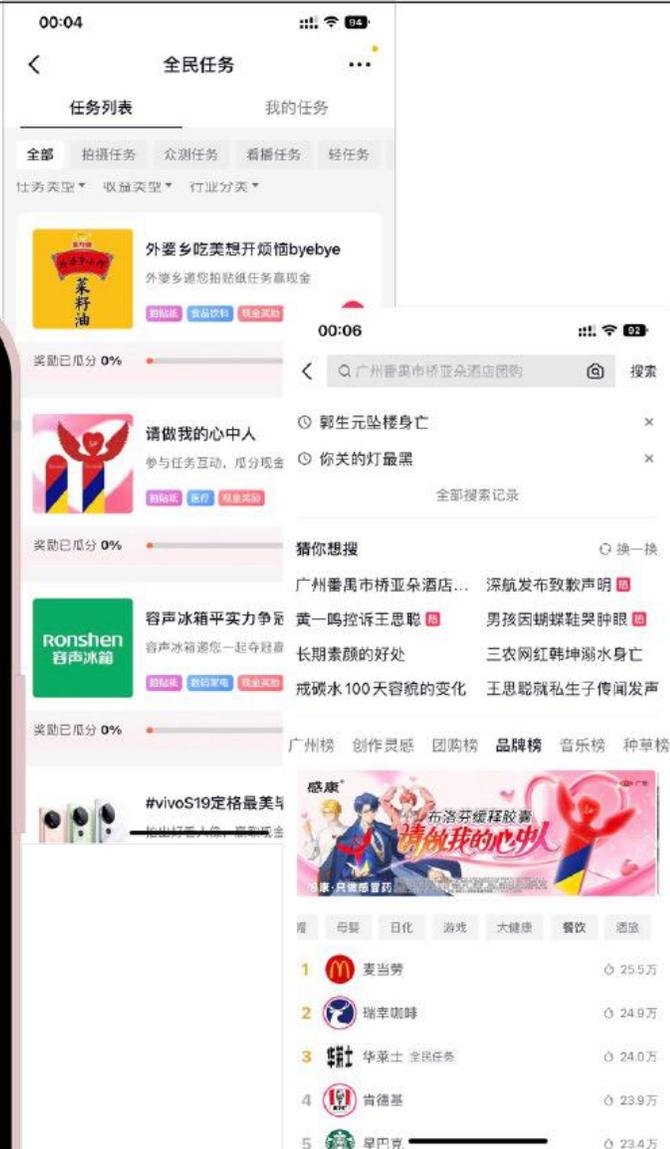
创意执行 CREATIVE & EXECUTION



视差开屏向网友表白#请做我的心中人，持续传达感康布洛芬“爱”的品牌内核



创意执行 CREATIVE & EXECUTION



第二奏： 甜蜜回应表白

发起

#请做我的心中人#

抖音挑战赛



创意执行 CREATIVE & EXECUTION

加入感康布洛芬
“男友团”成员手势互动
升级“甜蜜”氛围



进入挑战赛贴纸封面

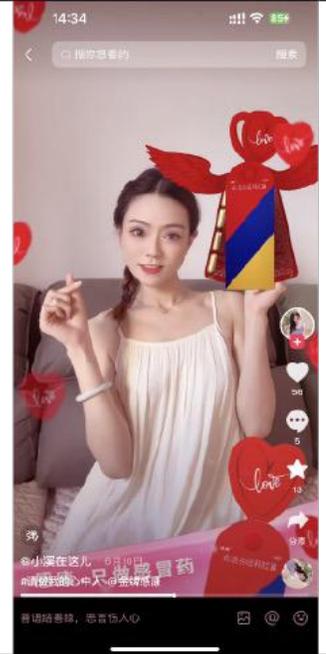


用户拍摄贴纸互动页面



添加话题发布

创意执行 CREATIVE & EXECUTION



利用感康牌布洛芬缓释胶囊的多变造型
创作手部跟随的**3D贴纸**，
在拍摄互动中强化产品曝光

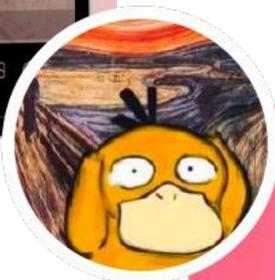
创意执行 CREATIVE & EXECUTION

第三奏： 秀出被爱体验

头部颜值达人透过男友视角，
演绎送感康示爱的粉红剧情

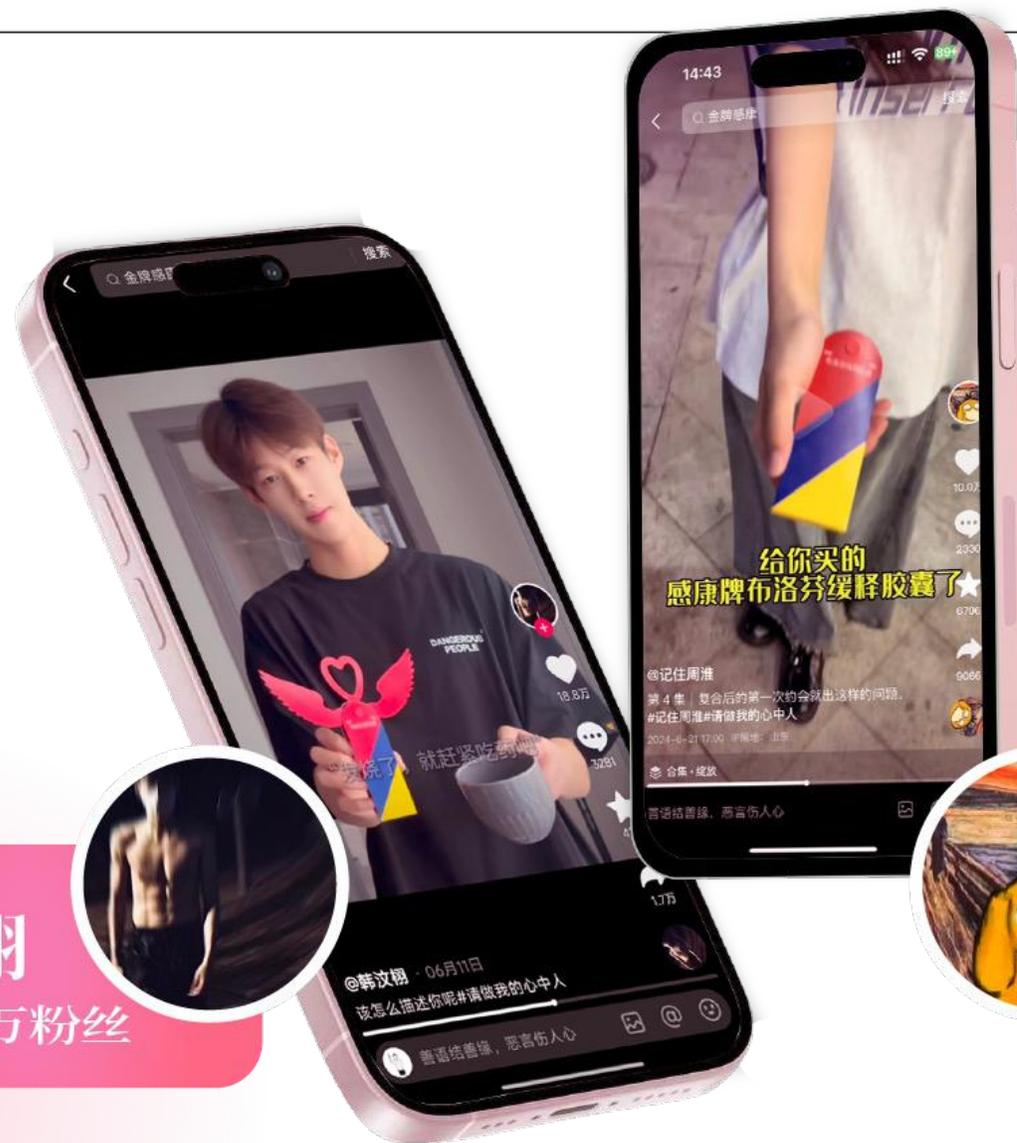
韩汶栩

203.4万粉丝



记住周淮

193.0万粉丝



创意执行 CREATIVE & EXECUTION

配合腰部情侣号达人演绎情侣日常生活，
打造沉浸式的被爱体验，
同时强化感康布洛芬各类应用场景



结果 RESULT

8.5亿 播放量

抖音品牌话题榜排名 No.1

话题互动量 1800w+

活动上线期间： 抖音话题热榜排名 No.6

达人内容总播放量 985w+

挑战赛参与人数 29w



#请做我的心中人

8.5亿次播放

品牌任务

任务已结束

100%

点击【立即参与】，使用指定贴纸加入互动，参与现金瓜分！

结果 RESULT

引爆UGC内容与真实互动，
众多消费者对感康布洛芬建立认知与好感

流浪猫  这是 🐱 男朋友必买的限量款布洛芬嘛？
7-13·辽宁 回复  41

梦里是人间 **作者** 放在姨妈暖心包里 
7-13·辽宁 回复  8

素裳 ▶ 梦里是人间 @梨 你别说，你别说，营销天才   
7-13·贵州 回复 

梨 ▶ 素裳 天才
7-13·

Agoni° 当时看到的布洛芬广告 



7-13·浙江 回复 

有趣的内裤    不玩超体 @
7-20·辽宁

哆琦妹7水饺 @Camp Nuo 感觉病病了好想吃一颗
7-14·福建 回复  

椰椰爱睡觉. 我吃的那么多药怎么一个这种的都没有  @幼儿园保镖 但凡有一个我也每天按时吃药 
7-14·山西 回复  

Jaeonuaanily 感康你小子真的是太浪漫了 



7-13·江苏 回复

Lliuy ▶ llllll 二次元芬子
7-14·吉林 回复  

玫瑰下的小王子 @Ares  整得我想买个了
7-14·江苏 回复  

W. 见过普通款、抽拉款，现在怎么又出了恋爱款 
7-13·内蒙古 回复  19 

— 展开4条回复 ∨

树枝 挺好，以后买了表白用
7-13·山东 回复  52 

梦里是人间 **作者** 行 暖她一整天 
7-13·辽宁 回复  29 

— 展开32条回复 ∨