

## 华润怡宝小主菌新品上市整合公关推广

广告主：华润怡宝

所属行业：快消品

执行时间：2018.05-09

参选类别：跨媒体整合类

### 营销背景

#### 1、新品开发背景

面对当下的快节奏生活，年轻人需要更健康的、清爽的新型乳酸菌饮品来焕活青春。

华润怡宝响应消费升级，以创造高品质体验为原点，奉上多彩的小主菌，打破低沉带来的倦意和枯燥感，助力年轻人做自己的主君，无拘无束飞扬青春。

#### 2、营销背景

锁定受众用户（高校群体）聚合性较强的大学区域，选择高覆盖的外卖平台进行合作，通过上市期引爆事件，将小主菌新品导入目标消费者群体中，解决上市期产品触达的渠道与精准到达诉求。

### 营销目标

华润怡宝常温乳酸菌轻饮—小主菌，锁定试销城市上海，围绕 18~24 岁目标消费者（高校群体为主），以快速提升品牌力、深度进行消费者互动、线上线下拉动试销为目标，展开一系列新品整合营销的公关推广事件。

### 策略与创意

#### 1、策略重点：

一个主题 产品试销期围绕“多彩青春 做自己的主菌”构建事件主题

两组维度 线上产品利益点+形象触达；线下产品派饮/促销+互动触达

三点触达 以线上+线下新品整合试销事件，实现品牌&产品&消费者全面触达

聚力试销 聚焦试销城市及核心人群，实现小主菌新品试销目标。

2、创意执行：前期通过官方平台搭建及 CVS 渠道铺设，完成基础产品&品牌预埋，后针对上海地

区通过 CVS 渠道线下&线上整合推广，并联合饿了么进行校园公关事件落地，举办主题开学迎新活动的同时，线上 APP 平台进行消费者互动产品派发；事件通过校园自媒体进行扩散，同时辐射线下校园媒介渠道；聚焦核心受众树立产品认知，并完成产品尝试触达，最终实现销售转化。

## 执行过程/媒体表现

### 活动预热阶段

渠道：上海快客； 形式：品牌宣传→引导消费者领券尝鲜（品销合一）



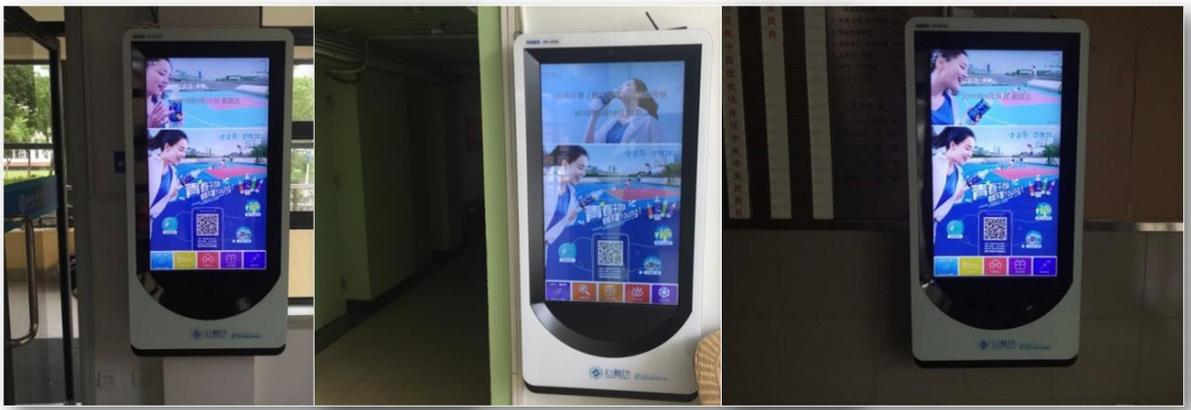
### 活动上线阶段



小主菌联合饿了么合作主题海报在饿了么 APP 各页面中进行投放，实现消费者触达。



同期，上海 23 所高校中，426 台校园大屏同步投放小主菌 TVC 视频+活动海报。



联合饿了么在上海各大高校开展校园迎新活动，30 场+产品派饮活动，将品牌信息及产品直接触达目标人群（图为东华大学场次活动）。



小主菌双微同步上线 H5 互动，通过答题的形式，采集用户对于怡宝小主菌的真实反馈，并为参与

者送出奖励吸引参与。



小主菌官方及 KOL 资源共同发布合作海报，海报呈现为 GIF 动态效果，海报画面以大学生的生活场景为表现内容，与大学生群体产生共鸣

小主菌 | 饿了么

青春干哪 畅爽不重Young!

爱吃肉怪我咯!  
来瓶小主菌  
轻松无负担  
畅爽好心情

LUCKY

小主菌

清爽豪礼与“菌”相送

9月15日起，只要在饿了么平台指定商家下单，你将免费获得小主菌一瓶！是不是已经跃跃欲试啦？  
对了，还有更劲爆的！扫描二维码参与互动抽奖，更有饿了么会员、小主菌定制礼品、满满活力的小主菌等多重好礼让你拿到手软~



## 小主菌X饿了么 清爽豪礼与“菌”相送

9月15日起，只要在饿了么平台指定商家下单，你将免费获得小主菌一瓶！是不是已经跃跃欲试啦？

对了，还有更劲爆的！扫描二维码参与互动抽奖，更有饿了么会员、小主菌定制礼品、满满活力的小主菌等多重好礼让你拿到手软~



小主菌 | 饿了么

青春千百味  
清爽不重Young!

看得见的鲜  
吃得到的健康  
来瓶小主菌  
再添清爽滋味  
绽放青春活力



**小主菌X饿了么 清爽豪礼与“菌”相送**

9月15日起，只要在饿了么平台指定商家下单，你将免费获得小主菌一瓶！是不是已经跃跃欲试啦？

对了，还有更劲爆的！扫描二维码参与互动抽奖，更有饿了么会员、小主菌定制礼品、满满活力的小主菌等多重好礼让你拿到手软~



## 营销效果与市场反馈

派饮量-27600，为预期量的138%

\*数据来源于活动内部统计，客户满意度极高

覆盖量-覆盖 28 所上海高校

\*数据来源于合作平台

销售转化-新品首发销量位品类第二，活动后，自然销量提升 3 倍

\*数据来源于第三方 CVS 渠道，客户满意度极高