

## 阿道夫 X 抖音“我们香爱吧”首个彩蛋挑战赛

广告主：阿道夫

所属行业：日化

执行时间：2018.10.01-11.11

参选类别：视频内容营销类

### 营销背景

各大洗发水品牌已开始布局抖音——做品挑、做信息流广告、做蓝 V 账号等，已有部分洗发水品牌在抖音获得了流量转化。短视频营销是未来趋势。作为日化洗护行业的领先品牌，阿道夫需抓住短视频，建立自己的短视频生态，利用短视频的优势，拉近与消费者的距离，深化品牌形象，稳固行业地位。

### 营销目标

借助抖音平台，在双 11 之前迅速提升阿道夫的品牌声量，让更多人认识阿道夫。同时进一步巩固香水洗发水第一品牌的位置，将阿道夫“爱的味道”、“香氛洗发水”的品牌卖点让更多人知道。

### 策略与创意

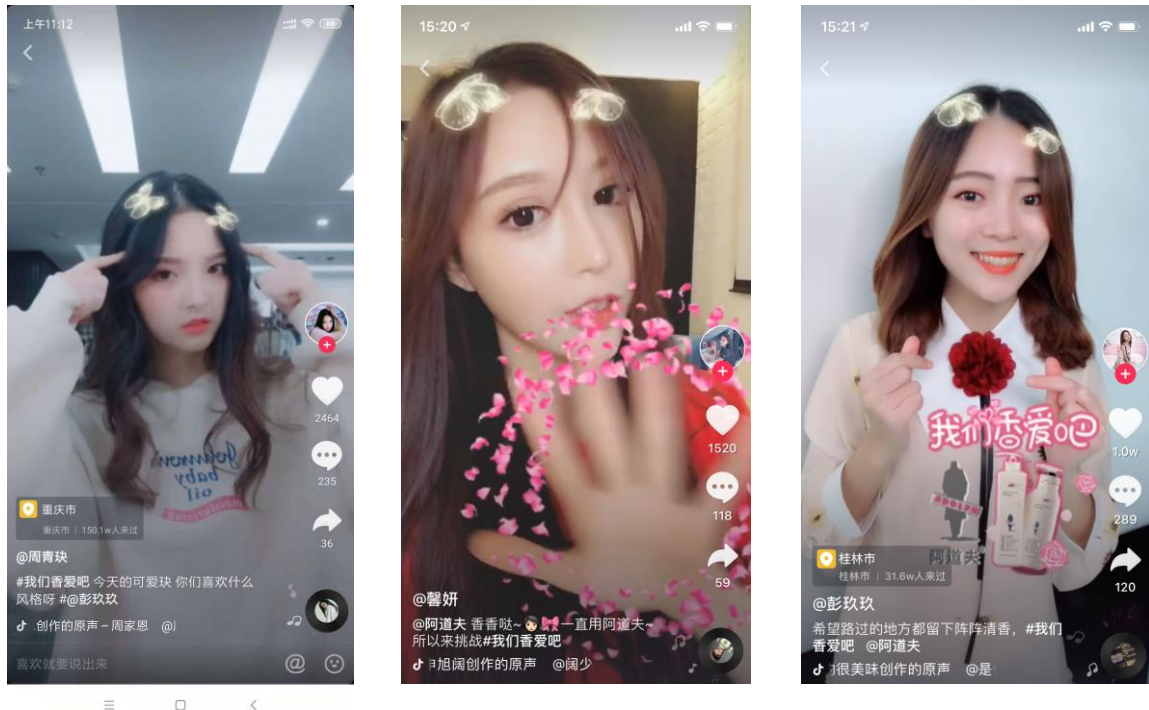
#### 全国首例彩蛋挑战赛，品效合一推广阿道夫

**抖音最新广告形式**——搜索彩蛋全国首发 4 席，全平台用户海量触达，形式新颖，强势吸睛。通过阿道夫品牌相关词触发品牌广告深化用户对阿道夫香水洗发水认知，打造品牌双 11 前最大声量，巩固行业地位，提升影响力；

**抖音最高级别品牌合作**——抖音挑战赛品牌、达人与用户的三向互动，以最原生的方式进行品牌宣传，以达人作为引领，以用户触达用户，让广告不再是品牌的自我输出，让用户参与到广告中来，联合打造话题热点，全网关注；

**品牌定制挑战赛**——通过抖音平台打造#我们香爱吧#话题引发全网关注，加强用户对阿道夫品牌的认知同时通过持续对“香”的概念的输出，强化“香”与产品的强关联，进一步巩固阿道夫洗发水香水洗发水的第一品牌地位；

**带有品牌理念的创意互动贴纸**——贴着元素由蝴蝶和花瓣组成，通过出现在发梢上精致的蝴蝶，让用户仿佛隔着屏幕也闻到阿道夫在头发上的香味；用户只要做出比心手势，就会出现阿道夫的产品浮层，伸出手掌，就会出现玫瑰花瓣，从细节中侧面表达阿道夫采用天然玫瑰精油作为“爱的味道”的情感香调。让用户在玩的过程中牢牢记住阿道夫。



## 执行过程/媒体表现

### 预热期：悬念和利益，吸引关注

利用今日头条的大数据和大流量，发布与“香味”有关的文章，精准推送至阿道夫的目标及潜在用户，获取话题初步关注；制作话题倒计时长图，在朋友圈、社群、微博等社交平台发布，借助社交的力量，达到以一传十的目的，并获取参与活动的种子用户，完成项目冷启动。

### 引爆期：阿道夫搜索彩蛋上线，抖音为核心的资源强势引流，全面触达

**专属搜索彩蛋**——30个关键词覆盖品牌词、主题词、热词、产品词、功能词五个方面，彩蛋一触即发，点击彩蛋即可进入落地页。全平台用户海量触达，深化了用户对阿道夫香氛洗发水的认知，制造了话题热度的新高点；

**抖音开屏引爆**——阿道夫产品展示和活动利益点突出为内容，辅以动态和静态形式相结合，确保活动内容能准确无误的触达所有推送用户。

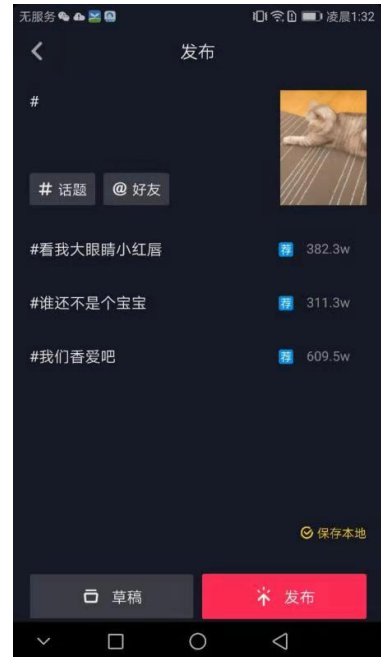
**官方流量助推**——抖音平台顶级流量助推，为主题挑战赛强势拉流，推广资源涵盖抖音发现页 banner、信息流广告、抖音热搜榜、话题页推荐位等。

**抖音人气达人助力**——抖音百万级人气达人助力，模范展示主题挑战赛贴纸，引导粉丝关注和参与用户模仿催生 UGC——合理制定主题挑战赛奖励制度，吸引用户自发参与活动，催生多类型、多形式的内容，丰富主题挑战赛，增加可看性和传播性。

## 后宣期：趣味街访引二次传播，抖音官方数据回顾提升行业影响力

趣味街访——借用网络热门段子、土味撩妹情话、经典广告词改编，以街访形式植入阿道夫的产品及香氛特点，由抖音平台发布，引发二次传播。

抖音官方回顾——抖音官方头条号“纵观”、抖音官方微信公众号“头条营销观察”从营销层面、传播层面等对阿道夫此次主题挑战赛做了专业的数据分析和全程回顾，加强阿道夫在洗护行业的品牌地位。



## 营销效果与市场反馈

### 主题挑战赛效果：

“我们香爱吧”主题视频播放次数达 4.1 亿次、视频数 10.2 万、总点赞数 960 万、总评论次数 66 万、连续两天霸占抖音话题榜热搜前 20、贴纸使用次数高达 37 万次；阿道夫搜索彩蛋总展示数 46070 次、总点击率 26630 次、点击率高达 57.8%；抖音硬广投放曝光量 3630 万、CTR 最高达到 9.85%；阿道夫蓝 V 账号涨粉 2.7w。

### 关联销售效果：

2018 年双 11 线上销售头一个小时即超越了 2017 年双 11 全天销售额，最终在 2018 年双 11 当天获得了 2 亿销售额，其中天猫销售近亿元，社群电商平台销售 6 千万元，成为天猫仅次于宝洁的国产洗发水第一品牌。

### 客户证言——阿道夫市场总监：

我们希望借用当下最火的平台——抖音的大流量、大数据、精准算法，将我们阿道夫传播到全国各地。阿道夫从创立至今，始终坚持高品质、优服务，专攻香氛精油洗发水，用味道点缀生活。此次“我们香爱吧”主题挑战赛与我们品牌的理念——爱的味道，一辈子忘不了——非常吻合，并且在双 11 前快速为阿道夫带来上亿级的曝光，非常有利于我们线上线下的终端销售。总的来说，这是一次很成功的合作。