

亨氏与你一起聆听新西兰的声音

广告主：亨氏 Wattie's

所属行业：婴儿辅食

执行时间：2018.08.10-12.10

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

Wattie's 启世来自新西兰的国民品牌，为了让妈妈们感受到新西兰国民品牌的品质，决定用新西兰的自然养育元素去赢得消费者的认同，让更多消费者了解新西兰妈妈们的智慧之选，揭秘自然美味的奥秘。

营销目标

借助启世婴幼儿果泥新品上市打响产品知名度。

策略与创意

借用 ASMR 技术还原新西兰大自然声音，打造专属于启世的自然育儿科技，让用户想到自然养育就想到启世品牌，同时借助美柚强势资源及高人气达人口碑提升品牌曝光度及影响力。

执行过程/媒体表现

1、高人气达人口碑造势

第一篇：宝宝不吃饭愁 skr 人，只能靠它了！

第二篇：选果泥辅食门道多，你都 get 了没？

第三篇：新西兰妈妈轻松带娃的基础入门原来是.....

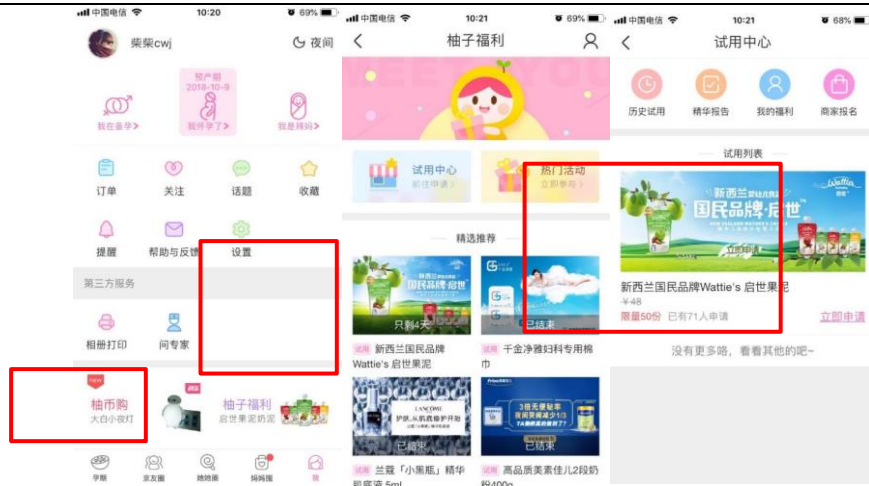
第四篇：来自新西兰的哄娃神器，到底好在哪儿？



2、产品上市限量试用

BBS 引流：**【福利】新西兰国民品牌—100%原装进口启世果泥新品上市啦。**





3、科技育儿 ASMR 活动引爆

音效贴 1: 你听说过上帝的眼泪吗?

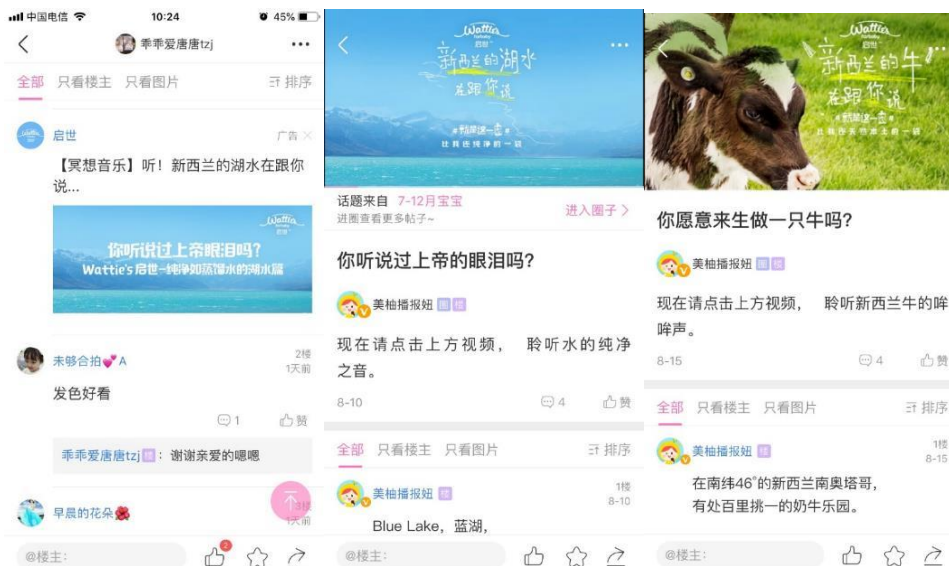
音效贴 2: 你愿意来生做一只牛吗?

音效贴 3: 你听, 清新之风在吟唱

音效贴 4: 你听, 梦中净土在轻吟

音效贴 5: 你听过最幸福的天使之声吗?

音效贴 6: 你听过星空下教堂的呼吸声吗?





4、媒体口碑二次传播

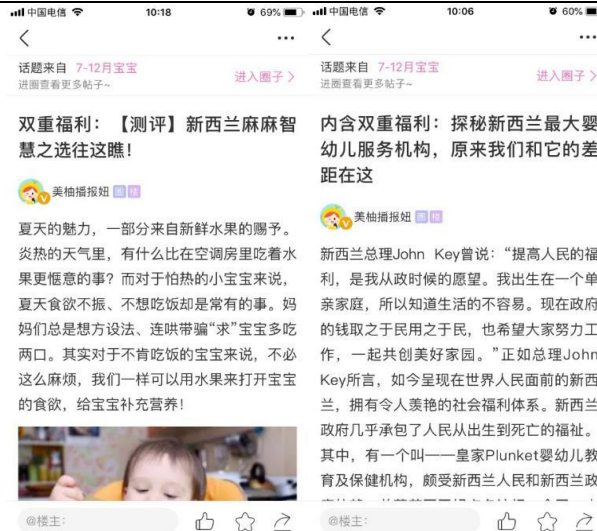
第一篇品牌故事：漂洋过海来看你，一封来自新西兰国民品牌的信

第二篇测评：全方位测评，这款婴儿辅食靠什么成为新西兰婴幼儿国民品牌？

第三篇测评：双重福利：【测评】新西兰麻麻智慧之选往这瞧

第四篇权威认证：内含双重福利：探秘新西兰最大婴幼儿服务机构，原来我们和它的差距在这





营销效果与市场反馈

本次投放资源位总曝光：76,106,034，是预估曝光的 102%；总点击：354,491，是预估点击的 106%。

6 篇音效贴，4 篇 KOL 软文/测评、4 篇 KOL 软文形成软性教育内容矩阵，强势传播 Wattie 's 启世新西兰国民品牌的优秀品质，帮助卖点强渗透，在 0-6 月宝宝、7-12 月宝宝、营养辅食圈内沉淀大量正面口碑。

通过圈子话题活动为品牌带来关注度和好感度，活动奖品给力，调动了用户参与的积极性。BBS 活动效果表现优异，回复数是预估回复数的 23 倍，产出“Wattie 's 启世新西兰国民品牌”相关的正面声量达到 1W+。