

金龙鱼阳光葵花籽油 1.8L “8 字腰” 整合营销项目

广告主：益海嘉里

所属行业：食品类

执行时间：2018.06.14-10.04

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

品牌传播及营销背景：

金龙鱼阳光葵花籽油 1.8L 清淡不油腻，吃出好身材是国民首选食用油，紧跟社会热点，符合当下人们追求“轻脂，轻生活”的生活诉求，传递给消费者是品牌的使命。

行业发展背景：

随着食用油行业的越来越细分化，生活必需品需要与时俱进，紧密结合当前国民的根本需求，打造一款健康的“8 字腰”食用油，将是我们日益追求的方向。

营销困境及挑战：

金龙鱼葵花籽油的产品卖点无法最大化传递给消费者，市面上葵花籽油卖点混乱，是我们面临的巨大挑战。

营销目标

整体目标：通过本次 8 字腰的系列传播，将“8 字腰”的健康生活方式传递出去，重点是线上引流电商渠道，以“京东 618”“中秋节”两大节点为契机，深化“8 字腰”的利益点促成消费。

策略与创意

营销策略：

通过新旧包装瓶的产品升级凸显出“8 字腰”腰身曲线，借助消费者追求苗条身型的心理，贯穿整个营销阶段。比如薄荷 APP 打卡阶段站内每日推送打卡提醒；炫腹 po 图时期简化大家轻脂轻生活的难度，把大目标拆分为可实现的小目标；还有清空购物车活动作为一个最终的奖励，进一步刺激消费者的积极性；在营销的每个小阶段都在通过消费者的偏好持续推进。

创意亮点：

第一阶段：以“8 字腰”为创意主题强关联记忆元素系列海报、话题等，聚焦微博、微信、直播平

台资源引流京东 6.18 电商节；

第二阶段：精准健身用户 APP 打卡签到，品牌官微/跨界重量级品牌账号/KOL 千万级资源引流，最后落地在电商渠道，中秋节大促+苏宁“清空购物车”活动实现产品转化。

执行过程/媒体表现

第一阶段——关联 8 字腰，引发热议

6.14 趣味发起：8 字腰全民大秀，导流京东 618——官方微博发起卖点海报，发起 8 字腰挑战，微博 KOL 转发承接，秀“8 字腰”引发 battle。



6.15 专业发酵：意见领袖 KOL 战队各大阵营——各大 KOL 战队，安利号重点介绍产品，KOL 持续导流电商；用户持续挑选阵营，分享“8 字腰”心得。





6.16 高点爆发：美食派 PK 健身派倒流直播——金龙鱼预告直播，kol 跟进约战，8 字腰引发直播；健身派与美食派代表及嘉宾就 8 字腰养成方式 battle 直播；用户通过官博、KOL 围观直播并参与互动，直播导流京东 6.18。



6.18 持续热度：金龙鱼自由资源持续跟进直播热度，盘点相关内容及粉丝 UGC 介绍新品，继续导流。

6.20 收尾阶段：复盘营销——营销号发布复盘软文进行剖析，品牌口碑沉淀。

正确的俄罗斯足球盛宴露肉指南，“8字腰”成标配
广告也圈钱 1周前

“足球是圆的，在场上什么都有可能发生”

时隔四年，让世界为之瞩目且热血沸腾的足球盛宴，终于来了！

这是一场激情的盛会，每一场充满悬念的赛事，就好像在欣赏一部堪比好莱坞顶级悬疑剧的大片。



这也是一次美好肉体集体露出的盛宴，在这个男性荷尔蒙爆棚的盛会上，不论是女人最羡慕一握的性感腰身，还是来自32支球队，736个精壮汉子的讨好身材，都是大家争相追捧的热门。



依然期待金龙鱼阳光葵花籽油能引领粮油行业的发展，做出更多精彩的动作。

PS. 金龙鱼阳光葵花籽油1.8L“8字腰”新装京东火热发售中

带走同款“8字腰”

阅读原文 阅读 90536



微信软文链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/h1G9X5mXjIn0yIT89Qsbog>

第二阶段——深化 8 字腰利益点，深度耕耘转化销量

9.14 官博互动发起：发起 21 天炫腹挑战——官方微博带卖点海报发起“8 字腰炫腹挑战”；外围 KOL 承接话题，通过 4 个不同的角度演绎产品带来的轻脂卖点，实现 8 字腰身形；微信 KOL 趣味植入软文 8 字腰的直接利益点，导流电商渠道；用户通过话题页面、Koi 直接参与报名。

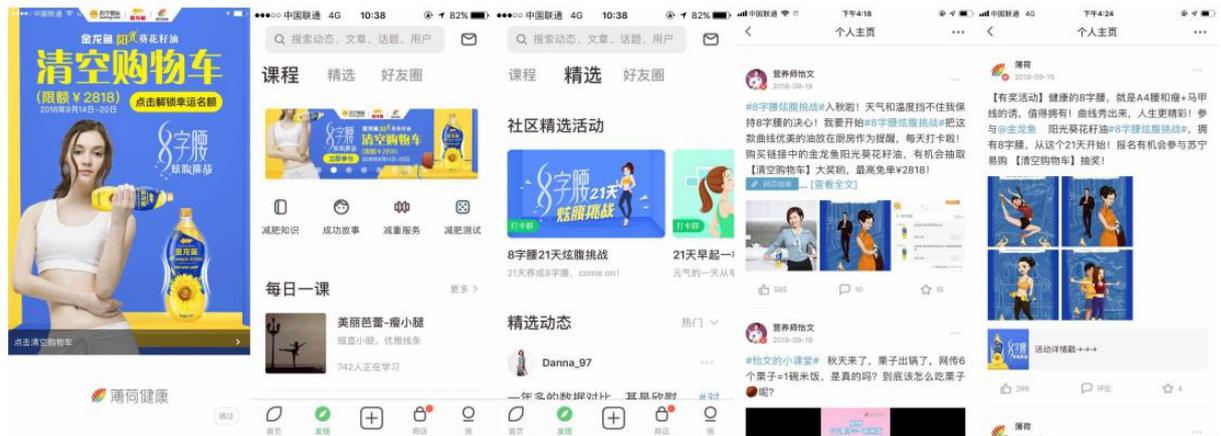


KOL 推广链接：

<https://weibo.com/3217179555/GzXeyxKzk>

<https://weibo.com/1788911247/GzXeyv52d>

9.15 专业发酵：薄荷站内打卡开启——健身 APP “薄荷健康”发起炫腹挑战打卡活动；站内开机屏、首页 banner、课程等关联产品导流电商；站内美食/营养师 KOL 持续输出自己的养成秘籍；用户持续战队晒出自己的“8 字腰”心得。



软文链接：

<https://mp.weixin.qq.com/s/NkgviRhEiWwGqLZAEhjTNg>

<https://mp.weixin.qq.com/s/kqTzSg2VydyUju4EfxON8g>

<https://mp.weixin.qq.com/s/vgFXADkkGEpwR5WKOLT6MA>

<https://mp.weixin.qq.com/s/-oTQOsvS7mRgjClusYlecA>

<https://mp.weixin.qq.com/s/X-nKkreTvDi1AyRNupRWEw>

<https://mp.weixin.qq.com/s/TyCzOQ5tniGJtUyHciwGMw>

9.17 高点爆发：晒图清空购物车，引流苏宁易购——苏宁易购平台发起“清空购物车”下单有奖活动，引流电商，奖品引爆；站内首页 banner、窗口海报、消息推送持续引导转化；美食号、生活号重点介绍产品持续导流；用户持续战队阵营晒出自己的“8字腰”心得。



软文链接：

<https://mp.weixin.qq.com/s/q7BtZRYzHaenBUGVTFOSCw>

<https://mp.weixin.qq.com/s/b3uxJZ0Ua8dcvsaZUqwnOw>

<https://mp.weixin.qq.com/s/krlDcK6394dCmzenu762A>

<https://mp.weixin.qq.com/s/FFrcpxR3zRUga6Xx26mLMw>

<https://mp.weixin.qq.com/s/7cZC-1832mzyTUh8pTa0nQ>

9.18 持续热度：联合 20 家品牌蓝 V 账号发起主题活动，为“8 字腰”加持助力；金龙鱼品牌自持资源持续发力，二次传播。



10.04 完美收官：营销复盘——营销号发布复盘软文专业剖析传播亮点及效果，给金龙鱼品牌口碑背书。

朋友圈年轻人，躲得过加班和丑，躲不过腰上的肉

YOKA生活 9月18日

《朋友圈年轻人，躲得过加班和丑，躲不过腰上的肉》

实际阅读量**119320**，
平均阅读量**10W**
互动量**1673**，CPM**192.7元**

《我听过最实在的夸奖，是「你看起来健康」！！》

实际阅读量**129874**，
平均阅读量**7W**
互动量**1942**，CPM**177**

复盘软文链接：

<https://mp.weixin.qq.com/s/IZA5yKCcKmX-otApOJ8gIw>

<https://mp.weixin.qq.com/s/Gg1XgeD7qXNkMIXhZO0iww>

营销效果与市场反馈



百度指数 (2018.6.14-10.14)

话题曝光量 : 7720.2W ;

互动参与 (总点击量) : 149.6W ;

销售量增长 : 1.8L 同比去年增长 373% , 环比 8 月增长 226% ;

受众 : Q3 销售增长率为 25% ;

客户 : “8 字腰” 概念现在成为品牌资产已注册商标 , 高度赞赏此次传播效果 , 对接下来的合作给予更多的期待 ;

媒体 : 深度合作伙伴薄荷健康 APP、美食平台、新闻媒体及微信 KOL 对于此次传播内容及效果表示称赞 ;

美食专家/健身达人 此次金龙鱼阳光葵花籽油 1.8L 整合营销传播 奠定了金龙鱼葵花籽油在美食、健身界的重要地位 ;