

## 海飞丝#鹿晗热血街舞团#微博营销

广告主：海飞丝

所属行业：日化护理美妆

执行时间：2018.03.08-06.27

参选类别：社会化营销类

### 营销背景

2018年3月，洗发界领军品牌海飞丝签约鹿晗成为其新晋代言人，恰逢鹿晗作为领衔导师的综艺节目——《热血街舞团》开播，海飞丝顺势而为，成为《热血街舞团》的首席特约赞助品牌。

### 营销目标

借助社交平台对海飞丝×鹿晗×《热血街舞团》的加乘效应进行深度延展传播，从而收割节目的社交声量，扩大品牌知名度和认可度，深化年轻潮流的品牌形象，推动产品销售。

### 策略与创意

案例视频：

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDAyMzQyODA2MA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1](http://v.youku.com/v_show/id_XNDAyMzQyODA2MA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1)

#### 策略

节目热点、明星效应及社交互动多维度实现品牌与IP强关联，放大品牌全网声量：

- IP热词捆绑：深入捆绑节目IP词及相关热词品牌全面伴随曝光；
- 明星流量借势：借助高人气明星鹿晗转化明星粉丝关注度；
- 社交互动引爆：定制节目衍生互动，带动用户参与感，助推品牌好感提升。

#### 创意亮点

借助微博故事发起热血街舞团“海飞丝外卡赛”，引爆用户UGC强势产出，11天成功打造首个节目同款街舞类社交互动，收获亿级互动曝光。

### 执行过程/媒体表现

话题借势，品牌信息全程曝光

2018 年 3 月 6 日，海飞丝官宣鹿晗代言信息。几天后，《热血街舞团》正式开播之后，相关主话题 #鹿晗热血街舞团# 在微博同步上线，立刻引来粉丝围观，在节目热播的三月中，话题始终处于聚光灯之下。

海飞丝借助对话题的全程深度植入，顺势让 IP 的井喷式影响力真正为我所用。题图 logo、通栏广告、特约主持人、动态便利贴.....只要有话题的地方，就有海飞丝的身影。

同时，30 多位大 V 合力助推话题传播，带动海飞丝品牌曝光实现涟漪式扩散。



### 热词捆绑，搜索热点全面抢占

海飞丝还组合利用“IP 词+明星词+节目热词”的全方位捆绑，实时收割热点流量。从街舞到热血街舞团、从鹿晗到与其相关的鹿晗心软、鹿晗抢人，以及草鱼、苏恋雅等.....当用户主动搜索这些热词时，悉数导流至海飞丝专属的搜索落地页；



配合开机报头、热搜榜、信息流等黄金资源助力，海飞丝在用户心中刷爆存在感。



### 互动引爆，用户 UGC 强势产出

2018 年 5 月 4 日—5 月 15 日，海飞丝还借助微博故事发起热血街舞团“海飞丝外卡赛”。入口 icon、定制音乐道具等巧心露出，一众大 V 助阵秀 freestyle，用户 UGC 强势产出，11 天成功打造首个

节目同款街舞类社交互动，收获亿级互动曝光。

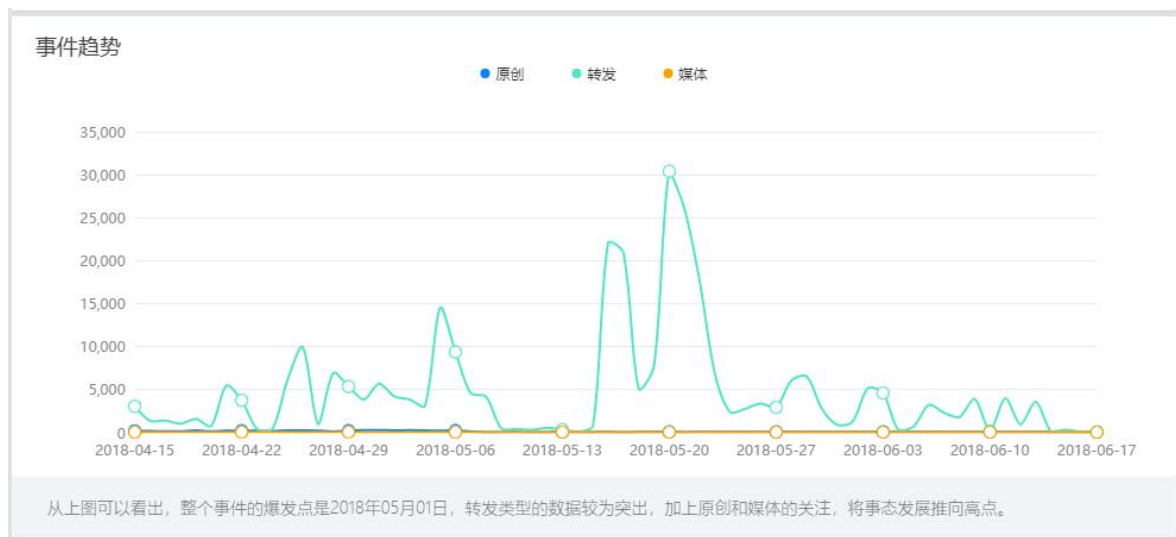


## 营销效果与市场反馈

在节目热播的三个月中，海飞丝独占的#鹿晗热血街舞团#话题收获 38.6 亿阅读量和 2876.8 万讨论量，品牌收获海量曝光。

海飞丝外卡赛定制互动曝光 2 亿+。

关键词“海飞丝热血街舞团”缔造了多个社交声量高峰。



微博印象显示，“海飞丝”用户印象与“鹿晗”、“街舞”成功实现强关联



海飞丝夯实了年轻潮流的品牌形象，首次登顶洗发水类品牌社交声量的首位，更有效助推产品销量实现两位数增长。

(数据来源：微博数据中心 / 海飞丝销售数据)