

游戏+综艺+社交 海飞丝跨屏联动演绎随时开秀

广告主：海飞丝

所属行业：快消日化用品

执行时间：2018.04.19-2018.06.30

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

海飞丝品牌老化，需要占据年轻人市场，希望用潮流文化撩动年轻人，让他们跟着海飞丝“随时开秀”。

营销目标

当前海飞丝已选择与年轻 IP《热血街舞团》合作，如何继续最大化品牌跟街舞的 IP 联动力和影响力，并形成销售闭环。

策略与创意

跳脱固有品牌与游戏合作常规模式，基于共有街舞 IP 展开内容共创，整合游戏 x 综艺 x 社交多平台跨屏联动：即刻炫舞，随时开秀！

执行过程/媒体表现

案例视频链接：<https://v.qq.com/x/page/r0724yiaf93.html>



1、鸡鱼大战，跨屏联动：基于双方共同投入的街舞 IP 开展内容共创，在社交、游戏和综艺中掀起“随时开秀”狂潮。

发声期：两大品牌分别邀请了代言人陈伟霆战队的 YoungG 与鹿晗战队的草鱼作为各自的品牌合伙人，拍摄了定制的街舞创意中插短片，在节目中播出以后颇受好评。



发酵期：在前一阶段创意广告的铺陈后，两大品牌准确抓住了 YoungG、草鱼这两人虽然同为 popping 舞者，又同样颜值人气兼备，但又风格各异，且在决赛日前一直没有机会进行正面 battle 的契机，在微博上拉开“鸡鱼大战”话题，短时间内收获大量关注。

高潮期：承接微博热议，两大品牌适时抛出“battle 不如摆头”的概念，通过“摆头”主题的互动，产出大量优质 UGC 与 PGC 内容，B 站上就有 UP 主上传了以此为灵感的鬼畜素材。



收官期：两位品牌合伙人节目外在微博喊话，对#鸡鱼大战#话题进行软性植入。

游戏内亦呈现两位品牌合伙人斗舞虚拟场景，与此同时在节目中响应话题在舞台上进行首次 Battle，而两大品牌重量级明星代言陈伟霆和鹿晗亦对此进行积极相应，把话题热度推至顶峰。



2、即刻炫舞，玩转游戏：契合双方共建街舞内容海飞丝在 QQ 炫舞游戏内实行深度游戏植入。

道具植入：发型上传上线男女款“随时开秀”定制发型

系统植入：歌单封面、开秀 Moment、奖励页植入，海飞丝全程陪伴玩家开秀的每个瞬间

推广植入：开机弹窗、全员活动中心，活动详情页，高曝光资源抓住玩家眼球！



3、随时开秀，随时开售：设置一瓶一码奖励机制，下单购买 IP 定制礼盒立即获得游戏礼包，直接带动销售转化。



营销效果与市场反馈

打造话题讨论热潮：微博#鸡鱼大战#话题阅读量超过 5300 万+

激发用户参与激情：“热血劲舞团”主题游戏对战人数 300 万人，总对战次数 超 1300 万次