

## 吉列圣诞抖音快闪店营销

广告主：吉列剃须刀

所属行业：男士护理

执行时间：2018.12.20-12.26

参选类别：创意传播类

### 营销背景

吉列在手动剃须市场上是当之无愧的王者，但市场已趋于饱和，生意增长点更需要争取新的客群，渗透年轻用户及转化电动剃须用户势在必行。如何让用户接受手动剃须，从质感生活方式进行引导更为重要。吉列为此将“亲密剃须”作为下半年营销主题，借势圣诞节点送礼话题，与消费者进行情感沟通。

### 营销目标

通过抖音内容营销合作，传达品牌亲密理念，提升平台用户对吉列的好感度与认同度，并在圣诞期间促进限定礼盒售卖。

### 策略与创意

内容策略：通过系列视频定制，洞察情侣生活趣味细节，并且深度结合产品功能点，吉列须泡帮男友化身圣诞老人，而女生为男友剃须浪漫呈现亲密关系，在社交媒体上打造#让他圣诞更有面儿 热门话题

投放策略：通过抖音 DTV 保播放形式与定制人群包结合，有效提升投放效率；结合圣诞氛围定制快闪店，推出限时限量礼盒，成功引发抢购潮

### 执行过程/媒体表现

达人矩阵 通过星图平台，智能筛选匹配达人，充分发挥头部及腰部达人不同作用，打好组合拳

精准定位 定制吉列人群包，以抖音 DTV 形式投放，充分保证投放效率及效果

创新形式 抖音创新快闪店形式，消费者在内容浏览时沉浸式体验购物

营销闭环 从触达到触动，帮助品牌在抖音上完成品效合一的营销闭环

巧选达人

星图平台智能筛选匹配达人，打T 吉列传播矩阵



精准触达

针 / 达人 / 内容 / 6 点进行人群包个性化定制

121 200	121 20~250	121 260
七舅5 爷2 丝包	吉列人群定制包	吴磊2 丝包
账户粉丝 关注话题人群 情侣话题人群	人群定向: 恋爱中女性 节点定向: 双旦主题 品牌定向: 质感人群	后援会粉丝 关注话题人群 娱乐话题人群

投放效 +

达人@闵静 有效播放量: 3%5w+ CTR: 1.41%	达人@叮叮叮 有效播放量: 1013w+ CTR: 1.46%	达人@七T 脑R 有效播放量: 1003w+ CTR: 0.63%	代言人吴磊 有效播放量: 204w+ CTR: 0.59%

\* 动率 = (点赞量 + 评论量 / 量 + 新增 / @ 量 + 主页访问量 + 查C 音乐量 + 点击外链量 + 播放完成量) / (人数) / = 光量 (人数)

创新 + 式

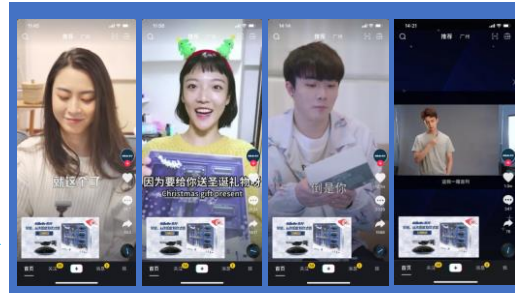
DTV五秒保播 + 线上限时快闪店

更短的营销链路，实现更直接的营销效果

故事化装修快闪页  
围绕圣诞场景精细化装修设计页面



DTV信D流  
围绕圣诞节点及情侣话题定制



## 营销效果与市场反馈

- 1、一周内帮助品牌达成 **25,965,820** 曝光量，互动率高达 **19.94%**，快速积累 **3w** 品牌抖音粉丝
- 2、吉列圣诞礼盒在活动上线期间实现巨大销售突破，20号的销量是平日的 **8倍**，22号是平日的 **10倍**，23号卖断货，更换链接紧急补货，25号补货后售罄