

## 曼秀雷敦男士×葡萄牙队

广告主：曼秀雷敦

所属行业：日化美妆

执行时间：2018.05.15-07.15

参选类别：创意传播类

### 营销背景

近年来，男性护肤品市场发展迅猛，但同质化愈加明显。在市场竞争激烈的大环境下，消费者普遍对品牌缺乏忠诚度。品牌如何洞察核心男士客群的心理，吸引 TA 眼球进行精准营销成为关键。

### 营销目标

2018 年是世界杯年，在全民体育热潮下，曼秀雷敦男士精准锁定热点趋势，正式签约葡萄牙国家队，与 C 罗为首的葡萄牙队强强联合，携手亿万粉丝球迷一起玩转世界杯，提升品牌传播声量，助力销量提升。

### 策略与创意

2018 年夏季，曼秀雷敦男士洞察男性球迷心理，从看球、玩球、聊球出发，携手以 C 罗为首的葡萄牙队，开展一系列世界杯热点营销。从世界杯到产品，精准触达目标人群，加大品牌传播力度，助力曼秀雷敦男士销量提升。

### 执行过程/媒体表现

- 1、邀请代言人杨祐宁拍摄世界杯专属 TVC，为品牌助威。



视频链接：<http://n.miaopai.com/media/7RMHf1FeFq6pHxe~fEDc-ZVCIO3~nnE3>

2、推出葡萄牙队同款护肤品，联动亿万球迷助力销售。



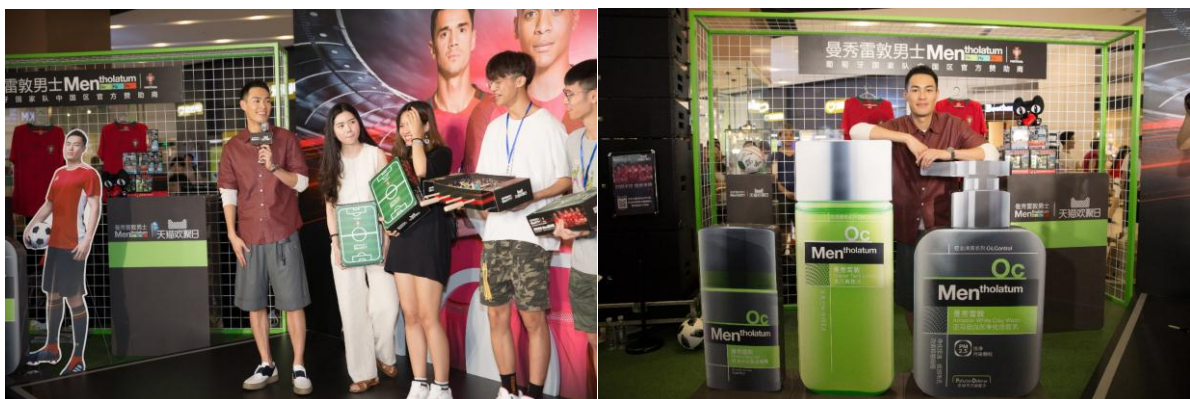
3、精准渗透 TA 娱乐时段，有效植入品牌信息，让 TA 看球也看广告。

4、打造电商专供足球礼盒，趣味互动获渠道支持，玩转世界杯。

5、门店扫码玩游戏，赢葡萄牙队签名周边，拉动门店销售。

6、世界杯期间，举办线下小酒馆，邀请消费者看球畅饮。

7、玩转线下主题快闪店，与消费者一起 high 翻世界杯。



## 营销效果与市场反馈

世界杯期间，曼秀雷敦活动推广总曝光人次达 3.7 亿+。

曼秀雷敦男士凭借此次创意拿下天猫欢聚日，打造品牌 Big Day，A 级流量资源位助力销售。

天猫欢聚日当天，品牌获美容护肤/美体/精油行业排名 TOP4。男士系列同比增长达 89.8%

（数据来自生意参谋）