

明星健身房第二季携手变啦整合营销

广告主: 变啦

所属行业: 互联网 app 健康平台

执行时间: 2018.06.09-09.17

参选类别: 视频节目合作营销类

营销背景

品牌传播及营销背景介绍：变啦作为一款专注于帮助用户瘦身减脂的手机应用，与《明星健身房》节目理念十分契合。根据变啦 app 的品牌特性，节目组为客户打造专属内容板块，将商务植入与节目内容自然绑定，做到无痕连接，为客户打造了超出预期的增值服务。

面临的困境及挑战：在植入形式越来越同类化的当下，如何作出更有创意的植入，在客户认可的同时，能够吸引更多的受众关注，为客户获得更多转化率，是首要思考的问题。

营销目标

预期目标：通过节目，宣传变啦“安全减脂”的概念，深化品牌功能，通过持续性的植入内容吸引目标人群。

策略与创意

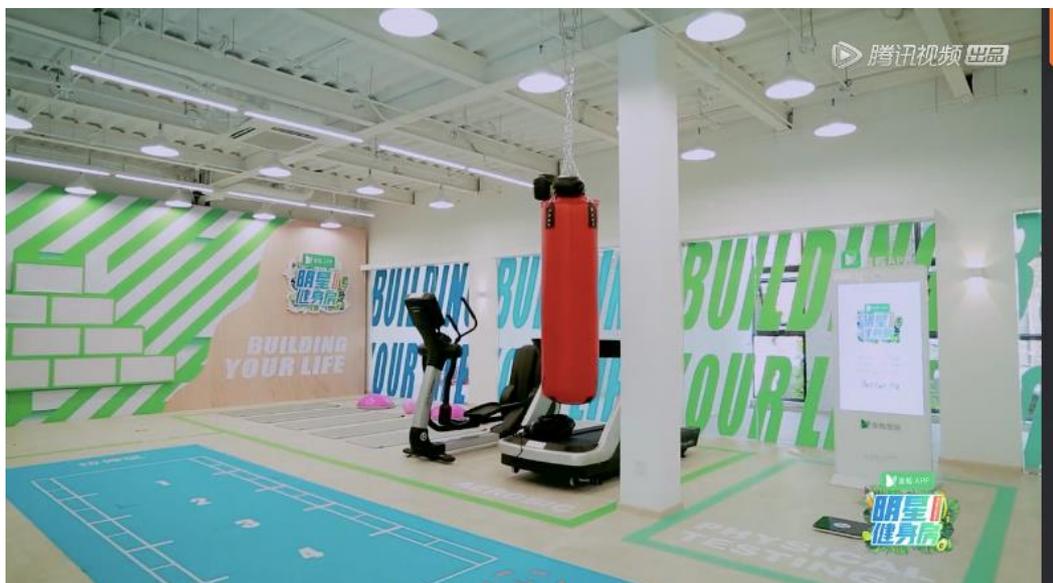
营销策略：通过节目中的场景，为客户打造专属植入空间和环节，使权益内容成为节目中必不可少的重要一环。揭开“明星身体健康指数”环节，不仅为客户带来集中的权益曝光，还能成为节目中的亮点内容，引发全网广泛讨论，从而实现品牌特性反哺节目内容，实现内容与广告的高度适配。

执行过程/媒体表现

前期：1、节目中明星健身房固定标识场景区域植入变啦线下空间部分元素，通过节目曝光展示品牌；



2、明星健身房&变啦品牌深度合作，共同打造“时尚健康空间”，对权益进行划分。



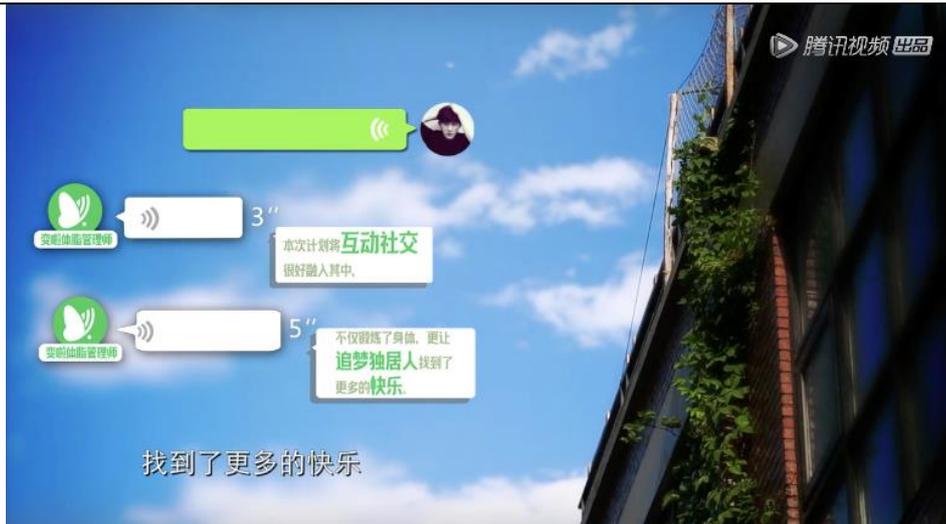
中期：通过前期规划，节目中，在明星测试身体健康指数-体脂管理师提供专业健康指导-对特定人群提供建议-变啦健康餐制作-热量计算-变啦主厨助理口播产品功能等环节，将“变啦健康营养配餐”的概念贯穿节目中的各个主要环节，使客户诉求与节目内容结合更紧密。



明星测试身体健康指数



体脂管理师提供专业健康指导



对特定人群提供建议



变啦健康餐制作



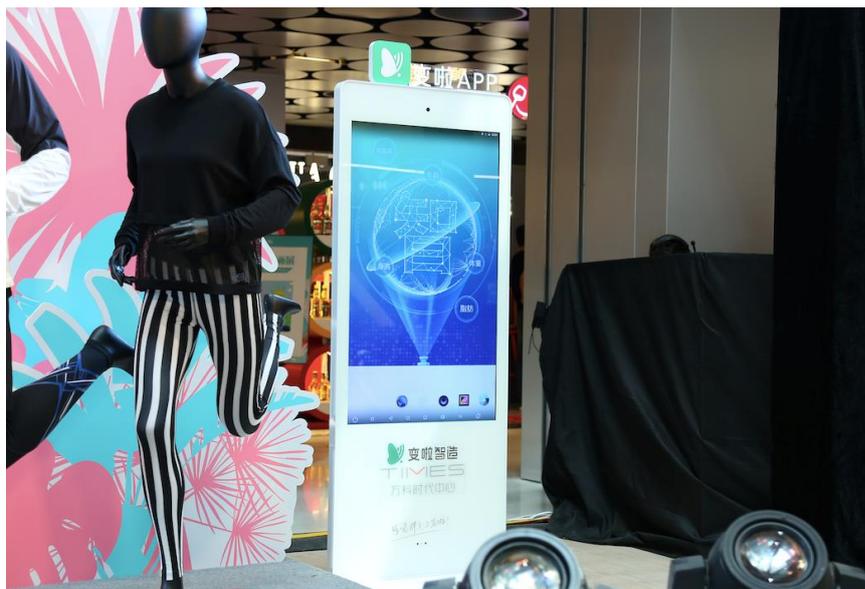
变啦主厨助理口播

后期：结合客户品牌特性，通过后后期包装，特别是创意花字深化客户品牌价值，为品牌做更多的增

值服务。



线下：1、《明星健身房》还与变啦携手开发节目同款健康餐，并打造变啦健康餐实体店，预计将会在全国陆续开设门店。



2、《明星健身房》联合万科时代购物中心，在开业当天组织大型线下活动，通过现场体验变啦健康减脂技术，对受众做到有效触达，实现线下与线上联动。



通过后期包装，生动形象展示品牌功能



邀请品牌代言人参与节目，为品牌价值背书



打造变啦专属健康餐

营销效果与市场反馈

1、节目上线当期，变啦 app 在 Apple Store 健康榜单升至 14 名，创历史新高

2、节目上线期间：变啦 app 下载转化率高达 200%，做到了真正有效的用户触达（数据来源：Apple Store、变啦内部数据）

变啦在常规权益完成度、深度植入权益完成度、增值权益完成度三项数据中均超过 100%，为客户带来更多增值服务。客户对整体营销策略及执行结果感到非常满意。