

美赞臣蓝臻感恩节戳心视频《来自天生的感谢》

广告主：美赞臣

所属行业：母婴行业

执行时间：2018 年感恩节（11.22-12.07）

参选类别：短视频营销类

营销背景

作为美赞臣旗下的高端奶粉品牌，蓝臻面向的消费群体是一群有消费力的 90 后妈妈。新生代妈妈十分善于搜集各种产品信息进行比较，并且已经对品牌方的单方面“说教”产生免疫。她们不仅秉持更加新潮的育儿观念，同时也对孩子的喂养有更高品质的要求。而作为市场主力的她们，普遍崇尚西方的育儿理念，她们相信宝宝天生的能力，更愿意遵循放养式、鼓励式的育儿。

在感恩节这个特别的节点，如何通过育儿方式找到与这批目标消费人群的情感切入点，并与她们产生深度的情感沟通成为此次营销战役需要解决的问题。

营销目标

进一步加深 90 后妈妈对美赞臣蓝臻的认知，达成蓝臻产品核心卖点和理念的有效传递。

策略与创意

1、洞察：

品牌对妈妈的感谢、妈妈对宝宝的感谢已有众多的表达，然而来自宝宝的感谢是怎样的？蓝臻发现其实宝宝很多小动作都是对妈妈表达感谢。感谢并不是后天习得的能力，而是天生的。

2、策略与创意：

将来自宝宝天生的、纯粹的感谢——那些日常的、微小的、不引人注意的动作，不加修饰，一一展现出来，成为击中妈妈柔软内心的重磅感谢。

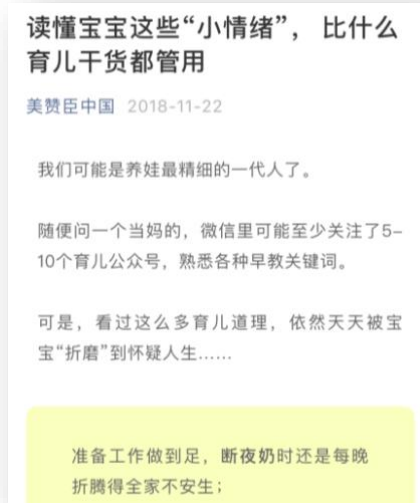
落地在《来自天生的感谢》视频中，美赞臣蓝臻没有以妈妈为第一人称去感谢孩子，而是以孩子的口吻，去戳中妈妈的泪点，用这种巧妙的反向思维，传递一种情怀——感谢感恩，是一种本能。无论妈妈还是宝宝，都天生拥有爱人的能力，也有被爱、被感恩的权利。因此，美赞臣蓝臻说这是一份「来自天生的感谢」，宝宝虽然尚未学会表达，但表达感谢，是他们与生俱来的本能。

这种脱离传统的创意思路，直抵妈妈的内心世界，并且成功撬动节日营销。妈妈们对视频给予众多好评，并自发加入传播，让这支感恩节短片在网络迅速扩散。

《来自天生的感谢》 在线视频链接: <https://v.qq.com/x/page/w07984kng13.html>

执行过程/媒体表现

1、美赞臣官方微博发布视频《来自天生的感谢》视频和官方微信公众号推文《读懂宝宝这些“小情绪”，比什么育儿干货都管用》。



2、联合微信大V know yourself 等账号迅速扩散。



3、瞄准目标妈妈群体精准投放朋友圈广告。



4、今日头条四屏精准联投开屏广告助力。



营销效果与市场反馈

视频推出 24 小时即引发关注，**点击观看互动高达 1,640,000+**，**全网共引发 34,000+** 高质量留言。年度扎心视频引爆社交网络，戳中千万妈妈的泪点。

视频在官方微信**推出不到 3 小时**，唤起爸妈们被宝宝的感谢、打动的回忆，后台**迅速捕获 258 个**，**近 3 万字来自真实带娃经历的感人故事**，留言刷爆官方微信后台，**平均留言字数 120**，为日常留言字数的 **8.5 倍**，留言数量为平时的 **30 倍**。

视频**推出的 30 分钟**，**抢占新浪微博育儿话题榜的榜首**，**24 小时内突破 6000 万阅读**，引发消费者共鸣。

感恩节当天，《来自天生的感谢》视频获得业界媒体“广告门”、“麦迪逊邦”、“广告也疯狂”等转发和高度评价。“感恩对象是一些不会“说话”的小宝宝，一次小手的紧握、一个奔跑的的拥抱这些“来自天生的感谢”去表达对妈妈们的爱，一些生活中容易被忽略的温暖又真实的生活场景以全新角度表达出来，却意外的走心”。