

荷兰皇家菲仕兰系列知识视频内容营销

广告主：荷兰皇家菲仕兰

所属行业：快消

执行时间：2018.01.01-12.01

参选类别：视频内容营销类

营销背景

荷兰皇家菲仕兰是世界领先的乳制品企业，超过 140 年的历史，300 多项专利技术，450 多名专业研究人员，致力打造“自然滋养”优质品牌。菲仕兰致力于在中国长期的发展，重视公司形象和声誉的建设。2018 年是短视频爆发年；短视频正在成为企业宣传标配。菲仕兰中国希望通过短视频形式的内容营销，提升企业形象，满足各种场合的传播需求。

营销目标

- 1、面对母婴类用户，打造与品牌属性相关的系列短视频、体现品牌的陪伴感和对消费者的关怀
- 2、将品牌与消费产品相结合，影响消费者决策
- 3、每只短视频全网播放量超过 500 万

策略与创意

1、传播方向：品牌+产品

品牌推广结合产品消费场景，提升品牌形象，促进沟通和消费者理解。

2、呈现形式：针对目标用户痛点，打造系列化知识短视频

利用短视频红利达到传播效果，将广告升级为内容营销，促进受众持续的观看和消费。

面对目标用户（0~3 岁宝宝的妈妈）最关心的问题，通过短视频知识科普的形式提供解答。

除了母婴知识科普系列视频营造品牌陪伴感，还推出了系列乳制品美食视频，增强消费者对乳制品的消费使用场景的理解和认可。

3、打造人格化 IP

打造体现荷兰皇家菲仕兰品牌精神的人格化 IP，让品牌有温度、有陪伴感，在消费者心中更具象。

执行过程/媒体表现

1. 从认知到行为：构建立体的内容体系

系列一：母婴知识科普，打造品牌情感陪伴

以 MG 动画的形式，用科学理论从深入浅出地从不同维度讲述宝宝（0—3 岁）在不同阶段，不同的身体生长发育情况。解决妈妈最关心的育儿问题。策划十期系列化选题、有连续性，促进目标用户的持续收看和印象加深。并且在科普知识的过程中，循序渐进地植入产品，将内容与消费场景相结合，影响消费者决策。

十期内容主题及发布链接：

- ① 产检指南：<http://n.miaopai.com/media/3rXamiZH52PMb-AwAWMuNcfBrWXtfnNF>
- ② 孕妈便秘：<http://n.miaopai.com/media/eyA47Xnxv0gHSHlcEDMa4R9~4NERsX4A>
- ③ 孕妈运动：<http://n.miaopai.com/media/y82SpyrKoWCj~Q536FMISo5fPYkClgqg>
- ④ 无痛分娩（推荐）：
⑤ <http://n.miaopai.com/media/oKHoaaq5hTHuRkQ~1S4-OZ0aNOJUJgX9.htm>
- ⑥ 产后抑郁：<http://n.miaopai.com/media/~dA-TzoIOol~bJ3GhzNZ72S~P0Za47vK>
- ⑦ 产后修复：<http://n.miaopai.com/media/gkj9W7QIRLl0ry204FY39hSSy9EgMNQK>
- ⑧ 孕妈营养：<http://n.miaopai.com/media/Zo2H5lzOGuzLPOuYpQmIX32cCzoVL3kN>
- ⑨ 断奶年龄：<http://n.miaopai.com/media/ArsSwWDdsU5SxX2FRu1JExWHsmdv5JLP>
- ⑩ 母乳喂养（推荐）：<http://n.miaopai.com/media/kFNfj5Z8CYS3TcQEfEYcYlKvO4X1h-6>
- ⑪ 宝宝爬行：<http://n.miaopai.com/media/BcLo3fKwj8NvilKw6M70NWxvLz3zudPz>

系列二：亲子红人合作乳制品美食制作短视频，从知识引导到消费观念、行为

与微博亲子红人合作，借助红人的影响力和亲和力，展现菲仕兰乳制品的各种搭配技巧和食用方法，让中国妈妈轻松 get “多快好省” 制作营养餐的技能，帮助中国的家长更好了解乳制品烹饪简便、营养高、搭配多的特点。

内容链接：

- ① 《水果乳酪小饼干，隔壁小孩都馋哭了》
https://weibo.com/6406627322/H7dVn9UcH?from=page_1005056406627322_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment
- ② 《握在手里的小温暖，一个杯子蛋糕就够了》
https://weibo.com/6406627322/H8hUQd5TL?from=page_1005056406627322_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment
- ③ 《奶油碰撞巧克力，挡不住的小确幸》
https://weibo.com/6406627322/H69cpllcG?from=page_1005056406627322_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment



2、打造人格化 IP “荷兰奶叔”

IP 具备的要素:具有乳制品行业的相关知识,具有专业的母婴知识,能够给妈妈群体带来情感抚慰,能够站在妈妈的立场关怀妈妈们。

IP 设定描述:荷兰皇家菲仕兰的品牌船舶馆,就职于荷兰皇家菲仕兰,对荷兰文化和乳品行业非常了解。人在中国,是个超级奶爸,对于夫妻感情话题、育儿话题、母婴话题都有深入的研究,并有相当丰富先进的国外育儿、亲子关系、婚姻情感的经验,了解全球一手的乳品资讯信息,与国外相关的机构、专家保持着良好的联系。

IP 形象设计:

虽然是奶“叔”,但是形象要有活力和青春的感,戴眼镜体现出专业知识涵养,干净清爽短发也更符合大部门女性的喜好。有很阳光的笑容,体格健壮宽厚,既有担当感又会让用户感觉太过强壮、有攻击力。





3、投放和运营

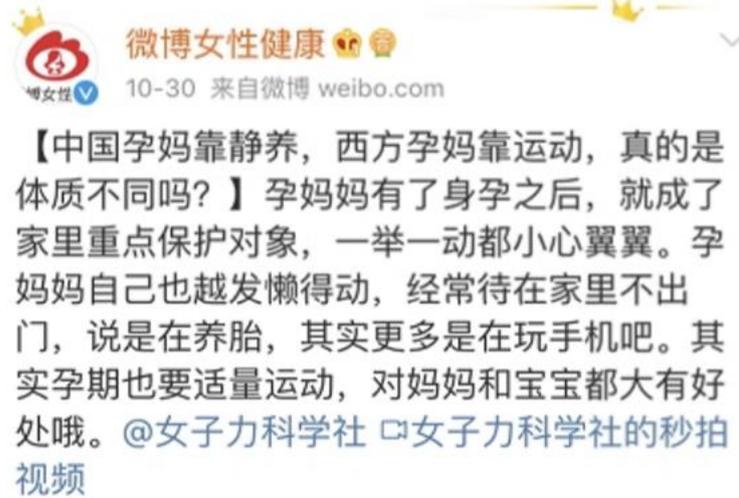
视频主要通过知名女性健康类 KOL “女子力科学社” 和知名知识类新媒体 “视知 TV” 在全网超过 100 家渠道自媒体账号上发布和传播。并结合社会热点进行针对性社会化传播运营。

营销效果与市场反馈

这一系列视频将品牌宣传转化为“人民日报”都愿意转发的公共知识内容，结合品牌人格化 IP “荷兰奶叔” 的形象进行传播，极大地提升了品牌好感度。

截止目前，每期的单周传播量均突破 500 万，各大视频网站纷纷推荐。





在发布运营商，2018年11月21日，其中一期《生孩子一定是10级痛吗？无痛分娩了解一下》借势 国家卫生健康委员会宣布 2018年11月20日，全国开展分娩镇痛试点等话题。自媒体账号运营迅速反应，带#无痛分娩全国推广#话题发布，并投放微博资源，视频内容迅速登上了热搜榜第16名。

“人民日报”、“环球网”以及地方媒体大号纷纷转发该视频跟进话题，接着全网官媒蓝V以及媒体蓝V纷纷直发视频，视频热度再次升级，话题曝光量由千万级别迅速提升至过亿曝光。该只视频排名热门榜首。截止当前，话题曝光量达2.4亿！讨论3.7万！80%视频内容源自该视频。



每支《妈妈们最关心的十大问题》在微信平台推送中，知名女性健康自媒体“女子力科学社”都与美素佳儿、黑白牛奶家族、皇家菲仕兰餐厅等菲仕兰品牌旗下的媒体号联动，为荷兰皇家菲仕兰品牌账号美素佳儿带来优异的互动效果。不仅增加了品牌曝光，而且优质的内容更好的服务了粉丝，粉丝互动强。

