

# 佳贝艾特双代言人抖音全链路整合营销

- ◆ **品牌名称:** 佳贝艾特
- ◆ **所属行业:** 食品零食
- ◆ **执行时间:** 2022.04-05
- ◆ **参选类别:** 全链路营销类

kabrita  
佳贝艾特®



**核心目的：**佳贝艾特在原有的“给宝宝更好的营养”品牌战略下，将营养支撑体系升级为“黄金喂养专研”，基于品牌升级的核心策略，为王牌产品“悦白系列”更新了卖点体系，计划通过抖音双话题挑战赛，建立消费者对“突破十大喂养效果”卖点的认知，促进品牌在消费者心中的转型升级

**内容玩法：**创意测试类贴纸+魔性BGM

**核心策略：**通过贴纸+魔性BGM，让消费者在游戏的同时，了解“突破十大喂养效果”是什么。以实际参与的形式，加强品牌曝光，加深消费者的印象

**目标设置：**播放量6亿，投稿数10万，新零售GMV增长超30%

**活动时间：**4月18日-4月24日

从代言人到目标受众，TA们的连接点在哪里？

- 新手爸妈为缺乏育儿知识经验而紧张不安，二胎爸妈即使有经验也常有无力感
- 即使有过育儿经验，可宝宝的喂养差异性在所难免
- 看过了许多喂养攻略，可到真正选择的时候还是会纠结

---

与其自己把攻略尝试千百遍，不如抄作业抄对一遍

## 跟着育儿能手抄作业 从一开始就选对

跟着育儿能手抄作业 从一开始就选对

## 1开始就选对

### 如何选对的沟通 占品类赢品牌

选品类 – 选羊奶  
选品牌- 选佳贝艾特  
看营养 – 佳贝艾特黄金喂养专研 更好的营养  
看效果 - 十大黄金喂养效果

### 回归消费者-利益点的场景化沟通 喂养问题—悦白十大黄金喂养效果

基于十大黄金喂养效果对应的场景，沟通妈妈喂养中遇到的问题，回到1开始选对佳贝艾特，选对悦白十大黄金喂养效果

1开始就选对意味着什么？意味着你家的宝宝会成长为GOAT宝宝

因为goat中文为山羊，G.O.A.T.亦为 the Greatest of All Time

## 1开始就选对 做GOAT宝贝

## 活动主题回顾

佳贝艾特2022年贯穿始终的传播方向

# 「一开始就选对 做G.O.A.T.宝贝」

围绕全年的传播方向，结合代言人新晋辣妈——唐嫣  
从一开始就选对作为匹配点  
结合品牌概念成为G.O.A.T.宝宝并与消费者强关联

\*后续在实际平台审核中GOAT宝贝无法用于挑战赛主题 因此调整为#一开始就选对 秀出你的全能宝贝#

**传播策略：围绕核心事件，四大动作引爆品牌声量，持续强化消费者对品牌#一开始就选对及产品“10黄金喂养效果”的印记**

## 01 明星视频宣发

明星效应为挑战赛造势能

利用明星价值，为本次挑战赛营造势能，造势的同时，二次收割明星粉丝

核心事件

#一开始就选对  
#秀出你的全能宝贝

## 2 创意玩法

通关游戏+可爱贴纸+魔性BGM

趣味游戏吸引消费者参与  
传递品牌关键信息  
建立消费者认知

## 03 王牌硬广投放

明星topview+品牌&竞价信息流

精准投放触达目标用户  
平台流量夯实强势引流

## 04 达人引爆

垂类向达人创意视频全网引爆

带头参与活动引爆声量  
结合产品信息深度种草  
促进站内流量内循环

## 05 渠道联动

线上线下链路打通扩大范围

线下活动力度加持  
引流用户向门店聚集  
促进最终转化

## 核心卖点传播



### 佳贝艾特悦白系列

#### ▶ 突破10大黄金喂养效果

促进吸收 软化便便 肚肚舒适 不易敏感 体质棒棒  
强健骨骼 不易哭闹 睡得香香 视力棒棒 语言棒棒

#### ▶ 从一开始就选对，成为G.O.A.T宝宝 喂养效果好，宝宝适应强，爸妈喂养易

#### ▶ 给宝宝更好的营养 秀出你的全能宝贝



## 玩法回顾

佳贝艾特：定制2D贴纸+定制音乐  
加深消费者对“突破10大黄金喂养效果”记忆点



宝宝再每次吸收喂养效果的同时，头顶会出现一个进度条，总共分为三次吸收，每吸收一次，进度条增加一格进度条是一个表达



当进度条吸收满喂养功效后，进度条拉满发生抖动，开始弥漫黄色烟雾，罐子渐渐消失（不一定是烟雾，要是黄金色的效果）



同时罐子移动到画面中间，画面文字出现突破10大黄金喂养效果助力G.O.A.T宝宝变身中



最终变身（不一定是烟雾，要是黄金色的效果）

挑战赛优秀  
视频展示





## 传播回顾

紧贴BIGDAY进行资源排布，从高潮至续热期热度不断

| 4月 |                                                             |       |    |                   |                     |                     |                     |
|----|-------------------------------------------------------------|-------|----|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 日期 | 4                                                           | 5     | 6  | 7                 | 8                   | 9                   | 10                  |
| 事件 |                                                             |       |    |                   |                     | 【唐嫣】TVC品牌官号发布       |                     |
| 日期 | 11                                                          | 12    | 13 | 14                | 15                  | 16                  | 17                  |
| 事件 | 【唐嫣】种草视频发布                                                  |       |    |                   | 【唐嫣预热海报】倒计时3天品牌私域发布 | 【唐嫣预热海报】倒计时2天品牌私域发布 | 【唐嫣预热海报】倒计时1天品牌私域发布 |
| 日期 | 18                                                          | 19    | 20 | 21                | 22                  | 23                  | 24                  |
| 事件 | 【挑战赛】品牌话题页上线<br>【挑战赛】星接力话题页上线<br>【挑战赛】抖音-全民任务-现金模式-普通模式-CPT |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 【唐嫣】挑战赛互动号召视频品牌官方发布<br>【唐嫣】挑战赛互动号召视频达人官方发布                  | 计划投粉条 |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 抖音-贴纸-2D-15排及以后位置-CPT                                       |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 【王牌硬广-唐嫣】TVC topview投放                                      |       |    | 【王牌硬广-内容热推】达人素材投放 |                     |                     |                     |
| 事件 | 挑战赛KOL投放（20W）、种草KOL投放（20W）、挑战赛 KOC投放（8W）                    |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 推广活动内容-抖音开屏携带客户logo                                         |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 抖音-搜索页品牌榜Tab内Banner非第一位非第九位-                                |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 抖音-发布页添加话题-CPT                                              |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 竞价信息流投放（15W）-【唐嫣】挑战赛互动号召视频                                  |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 【王牌硬广-信息流】明星视频混剪投放（【唐嫣】挑战赛互动号召视频）                           |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 【活动海报】活动路径海报全域发布                                            |       |    |                   |                     |                     |                     |
| 事件 | 【唐嫣活动海报】品牌私域发布                                              |       |    |                   |                     |                     | 【海报】收官战报制作          |

# 执行期间配套物料支



## 双话题数据



**#一开始就选对**  
**话题曝光:1910.2万**  
**参与数据:125**



**#秀出你的全能宝贝**  
**话题曝光:5.6亿**  
**参与数据:6.98万 (为21号投稿数据)**

## 王牌硬广投放排期

4月投放周期为4.18—4.24共计7天，**品牌硬广+效果信息流+抖音挑战赛**，渗透品牌、效果、内容、互动，周期内饱和式攻击占领抖音粉丝心智。





## 挑战赛期间KOL投放效果

挑战赛期间，共投放14个达人，分亲子剧情和口播种草。

- 1、总播放量达到**3011.53W**，曝光理想（截至4.26，数据仍有上升）；
- 2、**CPM17.04**，**CPE 0.55**，**互动率3.1%**，整体曝光量和互动量都高于行业水平。

| 佳贝艾特挑战赛KOL投放数据总概 |    |            |          |       |        |       |        |        |      |
|------------------|----|------------|----------|-------|--------|-------|--------|--------|------|
| 达人种类             | 序号 | 达人名称       | 播放量      | 互动-转发 | 互动-点赞  | 互动-评论 | 互动率    | CPM    | CPE  |
| 挑战赛KOL           | 1  | 牙牙的幸福生活    | 2569200  | 1434  | 62700  | 1112  | 2.54%  | 10.83  | 0.43 |
|                  | 2  | 茶茶多可爱      | 2184800  | 602   | 33200  | 474   | 1.57%  | 19.70  | 1.26 |
|                  | 3  | 超可爱de恬恬    | 330800   | 113   | 3475   | 95    | 1.11%  | 31.74  | 2.85 |
|                  | 4  | 爱笑的小糯糯（3岁） | 2402300  | 584   | 24700  | 327   | 1.07%  | 16.43  | 1.54 |
|                  | 5  | 宋雨辰的米粒     | 105400   | 1630  | 630    | 891   | 2.99%  | 85.67  | 2.87 |
|                  | 6  | 豆豆爱尬舞      | 127500   | 20    | 4466   | 33    | 3.54%  | 177.88 | 5.02 |
| 种草KOL            | 7  | 王小雨        | 4109200  | 139   | 536000 | 520   | 13.06% | 14.31  | 0.11 |
|                  | 8  | 小卷毛和姐姐     | 7031400  | 1753  | 73800  | 876   | 1.09%  | 8.06   | 0.74 |
|                  | 9  | 主持人佳子妈妈    | 645600   | 491   | 32000  | 152   | 5.06%  | 84.57  | 1.67 |
|                  | 10 | 辣妈小婴儿kay   | 566100   | 20    | 16200  | 217   | 2.90%  | 33.39  | 1.15 |
|                  | 11 | 我们的爱       | 891800   | 187   | 10600  | 187   | 1.23%  | 41.21  | 3.35 |
|                  | 12 | 星仔妈咪       | 541000   | 277   | 20300  | 364   | 3.87%  | 77.25  | 2.00 |
|                  | 13 | 睿宝小朋友      | 4811500  | 988   | 51700  | 934   | 1.11%  | 9.82   | 0.88 |
|                  | 14 | 小酒儿        | 3798700  | 1417  | 48200  | 684   | 1.32%  | 12.02  | 0.91 |
| 总计               |    |            | 30115300 | 9655  | 917971 | 6866  | 3.10%  | 17.04  | 0.55 |

## 挑战赛期间KOC投放效果

共投放**168人**，95%的KOC都在18~20号这3天成功发布；  
总播放量达到**3558,456次**，总点赞量为**9,9083次**；  
平均播放量为**21,181**，平均点赞量为**590次**，互动数据理想

佳贝艾特挑战赛KOC投放数据总概

|        |         |
|--------|---------|
| 达人总数/个 | 168     |
| 总播放量   | 3558456 |
| 总点赞量   | 99083   |
| 平均播放量  | 21181   |
| 平均点赞量  | 590     |
| CPM    | 35.35   |

### 成果总结

- ✓ **KOL总曝光3100w+**，KOL及KOC均集中在3天爆发期发布，为挑战赛活动**贡献理想曝光，很大提高了活动声量**；
- ✓ 内容围绕核心主题“秀出你的全能宝贝”，亲子剧情和种草口播以科学配比的方式，**精准触达母婴人群，增大了品牌声量和口碑沉淀**；
- ✓ **充分利用达人优势**，在视频、评论区及达人私域粉丝群都露出利益点，呼吁用户参与，**激发更多投稿量**。



## 挑战赛期间KOC投放效果

共投放**168人**，95%的KOC都在18~20号这3天成功发布；  
总播放量达到**3558,456次**，总点赞量为**9,9083次**；  
平均播放量为**21,181**，平均点赞量为**590次**，互动数据理想

佳贝艾特挑战赛KOC投放数据总概

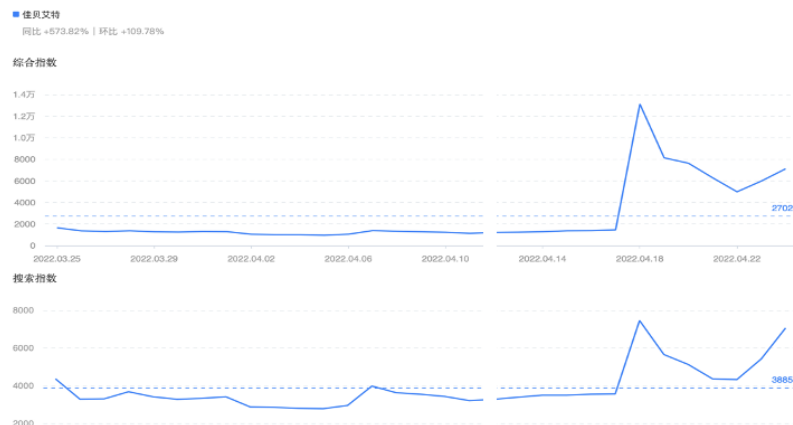
|        |         |
|--------|---------|
| 达人总数/个 | 168     |
| 总播放量   | 3558456 |
| 总点赞量   | 99083   |
| 平均播放量  | 21181   |
| 平均点赞量  | 590     |
| CPM    | 35.35   |

### 成果总结

- ✓ **KOL总曝光3100w+**，KOL及KOC均集中在3天爆发期发布，为挑战赛活动**贡献理想曝光，很大提高了活动声量**；
- ✓ 内容围绕核心主题“秀出你的全能宝贝”，亲子剧情和种草口播以科学配比的方式，**精准触达母婴人群，增大了品牌声量和口碑沉淀**；
- ✓ **充分利用达人优势**，在视频、评论区及达人私域粉丝群都露出利益点，呼吁用户参与，**激发更多投稿量**。

## TOP1：挑战赛期间，同行业品牌榜连续霸榜三天且荣登榜首

- 行业品牌榜**连续霸榜3天**，并**荣登品牌榜第一**
- 活动周内品牌**自然内容声量第一**
- 抖音整合campaign利用创意互动玩法+达人流量+品牌投放构筑流量综合体，带动品牌综合指数环比增长**109.78%**，品牌搜索指数环比增长**33.78%**



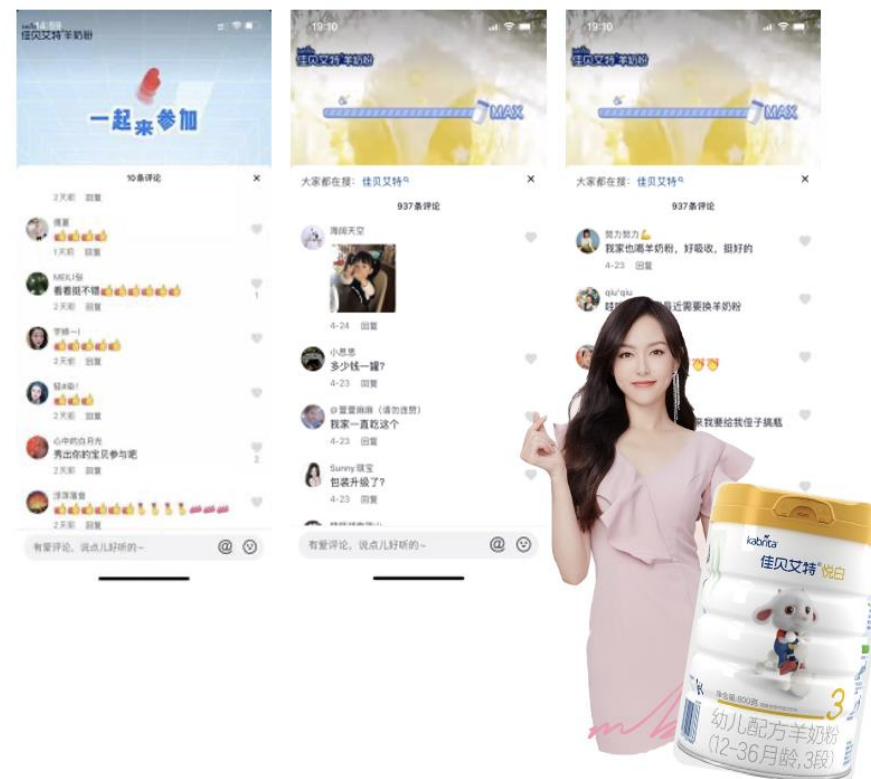
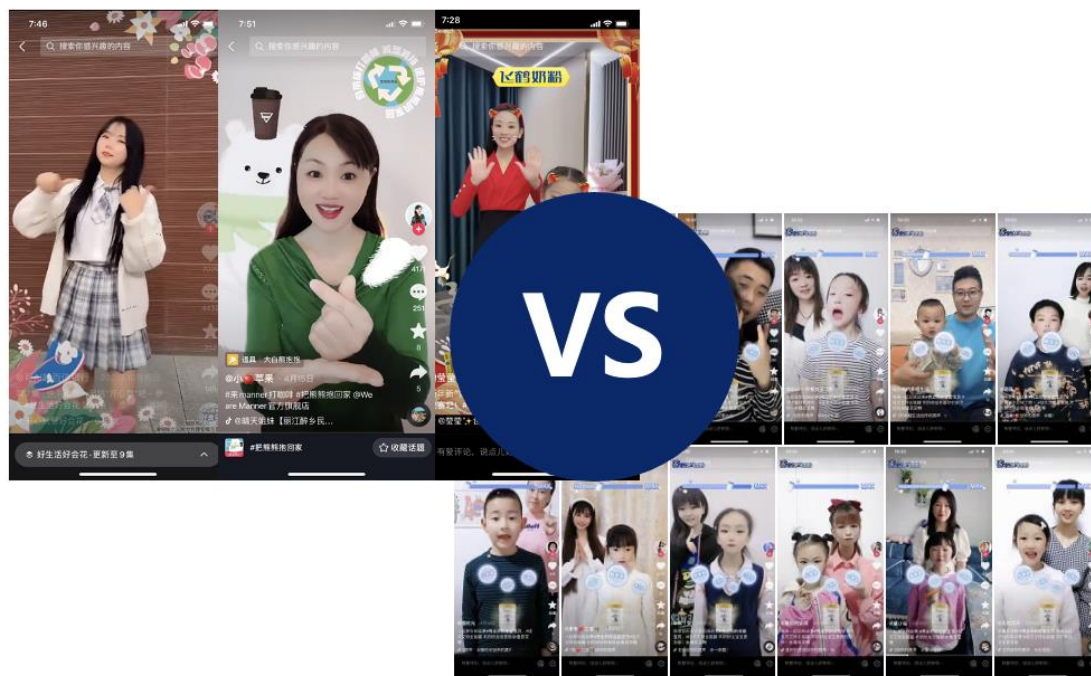
| 综合指数维度 | 挑战赛前一周<br>4月10日-4月17日 | 挑战赛进行周<br>4月18日-4月24日 | 增长率     |
|--------|-----------------------|-----------------------|---------|
| 品牌内容分  | 6086                  | 33532                 | 450.97% |
| 品牌传播分  | 7200                  | 15355                 | 113.26% |
| 品牌搜索分  | 28330                 | 37080                 | 30.89%  |

| 排名 | 品牌    | 社交影响力指数 | 排名环比变化 | 指数洞察   |
|----|-------|---------|--------|--------|
| 1  | 佳贝艾特  | 37.4    | 2 ↑    | 指数洞察 > |
| 2  | 飞鹤奶粉  | 36.1    | —      | 指数洞察 > |
| 3  | 爱他美   | 27.4    | 2 ↓    | 指数洞察 > |
| 4  | 美素佳儿  | 23      | 1 ↑    | 指数洞察 > |
| 5  | 金领冠   | 22.4    | 1 ↓    | 指数洞察 > |
| 6  | 雅培    | 20.8    | 11 ↑   | 指数洞察 > |
| 7  | 美赞臣   | 18.9    | 1 ↓    | 指数洞察 > |
| 8  | 贝因美   | 18.7    | 5 ↑    | 指数洞察 > |
| 9  | 君乐宝奶粉 | 18.3    | 1 ↓    | 指数洞察 > |
| 10 | 启赋    | 17.9    | 2 ↑    | 指数洞察 > |

| 行业排名 | 自然内容声量         | 详情 > |
|------|----------------|------|
| 1    | kabrita/佳贝艾特   | 31 ▲ |
| 1    | kabrita/佳贝艾特   | 31 ▲ |
| 2    | Nutrilon/诺优能   | 5 ▲  |
| 3    | Chiaus/雀氏      | 1 ▲  |
| 4    | ChildLife/童年时光 | 2 ▼  |
| 5    | Firmus/飞鹤      | —    |

## TOP2：玩法创新，在抖音中打造“网易测试H5”级挑战赛

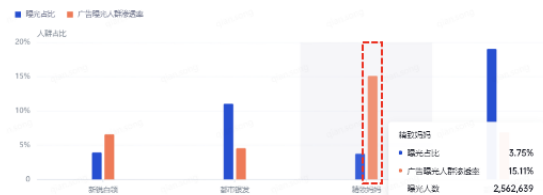
- 过往挑战赛多以互动小游戏和跳舞的形式，缺少内容性。本次**#秀出你的全能宝贝#玩法贴纸设计兼备趣味互动性与品牌内容性**，高效呈现品牌及产品卖点，深入目标及潜力消费者心智；
- 评论区粉丝积极进行互动，对品牌好评如潮，吸引大量潜客关注品牌及产品



## TOP3：人群精准触达达3142万+，主要为母婴人群

- 挑战赛参与人群女性高达78.9%，以25-40岁女性为主，互动受众与佳贝艾特目标消费客群相当匹配；
- 投稿用户中以小量级的普通用户为主，但也吸引部分50w以上粉丝的大V主动参与创作

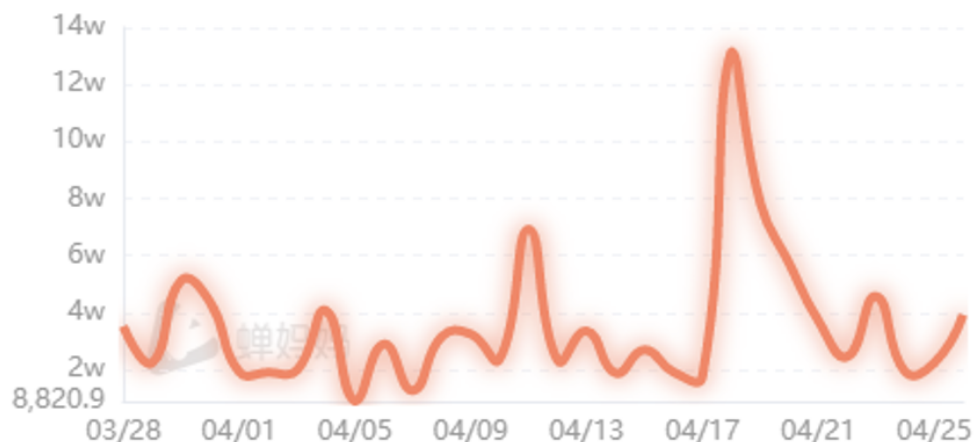
| 佳贝艾特挑战赛后的抖音用户资产 |                                       |             |
|-----------------|---------------------------------------|-------------|
| 类型              | 人群细分                                  | 增长比例        |
| 人群总资产           | 本品潜在+意向+兴趣+购买+忠诚用户                    | <b>478%</b> |
| A1潜在用户          | 对本品内容浅度曝光了解，观看过本品内容/广告1-3次的用户         | 152.6%      |
| A2意向用户          | 对本品深度曝光/浅度交互过，观看本品内容/广告420次的用户        | 1306.6%     |
| A3兴趣用户          | 对本品有兴趣的人群，观看本品内容/广告≥21次，且会主动搜索本品内容的用户 | 1080.2%     |
| A4购买用户          | 已在抖音平台通过本品合作达人挂链或在本品直播间购买本品的用户        | 3.33%       |
| A5忠实用户          | 关注了本品的蓝v 账号的粉丝                        | 49.58%      |



## TOP4：新零售GMV增效，品牌势能可转化为销售效果

- 抖音campaign整合创意贴纸玩法**有效带来生意增长，提升销售效果4月18当日销售额破18w！挑战赛周期内直播收割高达81W，GMV增长超过日常的600%**

销售额增长趋势



\*数据来源于蝉妈妈

挑战赛期间直播间GMV  
高达**814225元**

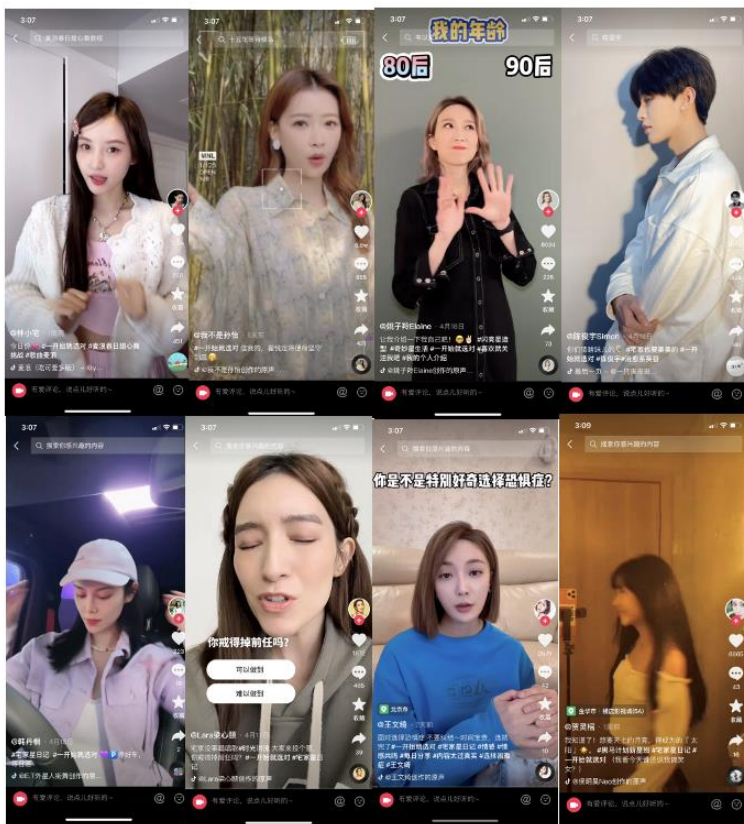
上涨  
79%

新客下单**373人**  
占比**43.64%**



## TOP6：高流量明星资源留档，更多明星卷入参与互动话题

- 24位高流量明星达人卷入，自主创作创意内容投稿，**溢出价值预估超40万+**



|    | A    | B                   | C                                                                                                               |
|----|------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 艺人姓名 | 视频id                | 链接                                                                                                              |
| 2  | 林小宅  | 7088252064152784136 | <a href="https://v.douyin.com/NoFbDyW/">https://v.douyin.com/NoFbDyW/</a>                                       |
| 3  | 孙怡   | 7088914165162609960 | <a href="https://www.douyin.com/video/7088914165162609960">https://www.douyin.com/video/7088914165162609960</a> |
| 4  | 姚子羚  | 7087798843487571214 | <a href="https://v.douyin.com/NKcP6h1/">https://v.douyin.com/NKcP6h1/</a>                                       |
| 5  | 曹永廉  | 7086675820730715422 | <a href="https://v.douyin.com/NKG4ohQ/">https://v.douyin.com/NKG4ohQ/</a>                                       |
| 6  | 陈俊宇  | 7087882013981576451 | <a href="https://v.douyin.com/FFpp7nE/">https://v.douyin.com/FFpp7nE/</a>                                       |
| 7  | 郑爽   | 7087493054277471528 | <a href="https://v.douyin.com/FFsBtVs/">https://v.douyin.com/FFsBtVs/</a>                                       |
| 8  | 梁心颐  | 7087502490828066086 | <a href="https://www.douyin.com/video/7087502490828066086">https://www.douyin.com/video/7087502490828066086</a> |
| 9  | 慕容晓晓 | 7088205452416159014 | <a href="https://v.douyin.com/FFsF8vA/">https://v.douyin.com/FFsF8vA/</a>                                       |
| 10 | 贺灵樨  | 7088228002063977758 | <a href="https://v.douyin.com/FFsYxTY/">https://v.douyin.com/FFsYxTY/</a>                                       |
| 11 | 韩丹桐  | 7087865118117088548 | <a href="https://v.douyin.com/FFsRnmD/">https://v.douyin.com/FFsRnmD/</a>                                       |
| 12 | 袁伟豪  | 7088672169592376613 | <a href="https://www.douyin.com/video/7088672169592376613">https://www.douyin.com/video/7088672169592376613</a> |
| 13 | 曹赛亚  | 7088901030431247616 | <a href="https://www.douyin.com/video/7088901030431247616">https://www.douyin.com/video/7088901030431247616</a> |
| 14 | 张馨   | 7088237526573485315 | <a href="https://www.douyin.com/video/7088237526573485315">https://www.douyin.com/video/7088237526573485315</a> |
| 15 | 王文琦  | 7090110229643059720 | <a href="https://v.douyin.com/F8881jA/">https://v.douyin.com/F8881jA/</a>                                       |
| 16 | 刘洛汐  | 7088209191944490271 | <a href="https://v.douyin.com/FFG4qcm/">https://v.douyin.com/FFG4qcm/</a>                                       |
| 17 | 刘洛汐  | 7088948206595214599 | <a href="https://www.douyin.com/video/7088948206595214599">https://www.douyin.com/video/7088948206595214599</a> |
| 18 | 许家杰  | 7088582526851173673 | <a href="https://v.douyin.com/Noog6Wf/">https://v.douyin.com/Noog6Wf/</a>                                       |
| 19 | 石悦安鑫 | 7088653706928852261 | <a href="https://v.douyin.com/FFGVTut/">https://v.douyin.com/FFGVTut/</a>                                       |
| 20 | 宋木子  | 7087152015679311145 | <a href="https://v.douyin.com/FFGq15v/">https://v.douyin.com/FFGq15v/</a>                                       |
| 21 | 余正慧  | 7088614975165484296 | <a href="https://www.douyin.com/video/7088614975165484296">https://www.douyin.com/video/7088614975165484296</a> |
| 22 | 徐世昕  | 7088311782384635143 | <a href="https://v.douyin.com/FFGa91q/">https://v.douyin.com/FFGa91q/</a>                                       |
| 23 | 安冬冬  | 7088640906433219854 | <a href="https://v.douyin.com/FFGmK12/">https://v.douyin.com/FFGmK12/</a>                                       |
| 24 | 胡浩言  | 7088630368613535013 | <a href="https://v.douyin.com/FFGnQQQ/">https://v.douyin.com/FFGnQQQ/</a>                                       |
| 25 | 柏安   | 7089395746176355624 | <a href="https://v.douyin.com/FFGn26q/">https://v.douyin.com/FFGn26q/</a>                                       |
| 26 | 代文博  | 7088260787453627662 | <a href="https://v.douyin.com/FFGyEvn/">https://v.douyin.com/FFGyEvn/</a>                                       |

| 明星视频<br>累计曝光量 | 粉丝量级<br>总计 | 预估合作价<br>总计 | 视频累计点<br>赞 |
|---------------|------------|-------------|------------|
| 347w+         | 1500w+     | 40w+        | 138234     |

同时包括唐嫣，孙依，南拳妈妈等  
**24位明星**，参与话题活动，累计曝光**347W+** 品牌理念**#一开始就选对的传播**

## 最终数据汇总

总数据播放：**6.4亿+**  
参与投稿：**15.5万**

- 1、#秀出你的全能宝贝 话题曝光:5.7亿+
- 2、#一开始就选对 话题曝光:1950万+
- 3、王牌硬广数据曝光 合计3735.5万  
信息流topview:428.3万  
品牌信息流：1942万  
竞价信息流：717.2万  
内容热推：648万
- 4、达人投放总曝光数据：3011.53万





以佳贝艾特悦白 “10大黄金喂养效果” 为切入口，创作能够影响新手宝爸宝妈心智的主题活动“一开始就选对”，为本次整合营销奠定成功的基础，我们非常认可贵司的洞察，可以很好的将品牌代言人和创意玩法巧妙结合，全方面抓住消费者眼球，增加与消费者沟通触点，配合线上线下营销玩法，为消费者带来不一样的抖音互动体验。产品力和声量加持同时，将产品中核心的卖点传播出来，每一步都出色作为品牌态度进一步传达出去，实现真正的品效合一，另外通过本次合作我们也可以看出贵司拥有着高效的团队配合可以及时为本次营销活动出谋划策，另外超高的团队执行力，做出远超本次项目的KPI，经过双方友好的沟通，贵司成为我们年度agent，也期待之后可以合作出更多成功的整合营销。

——海普诺凯营养品有限公司 市场部 项目经理 宋倩