

金夫人×百度：明星IP赋能金夫人品牌焕新营销

- ◆ **品牌名称：**金夫人
- ◆ **所属行业：**婚纱摄影
- ◆ **执行时间：**2022.03.20-05.20
- ◆ **参选类别：**效果类-品牌传播

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

金夫人《纯美日记》视频链接

正片视频: <https://haokan.baidu.com/v?pd=wisenatural&vid=6609970166510486958>

预热视频: <https://haokan.baidu.com/v?vid=4691839910159886021>



GOLDEN LADIES

金夫人

巧借三势破圈，

明星IP赋能金夫人品牌焕新营销

背景与目标

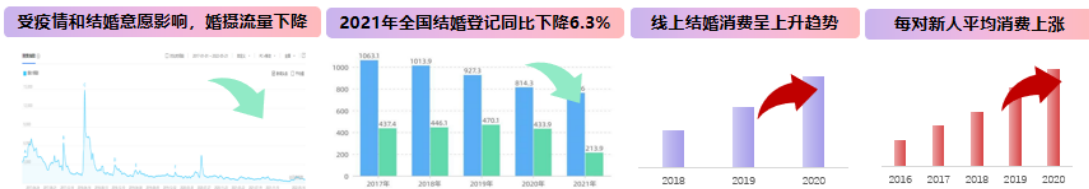


四大背景

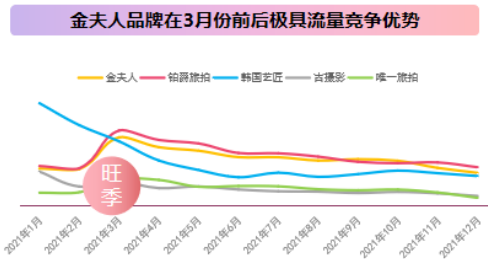
摄流量下滑，但线上结婚消费逆势上涨，把握婚纱流量峰值趋势，为品牌破圈势在必行

品牌在3月份前后极具流量竞争优势，百家号对于90/95后有较高的兴趣吸引力

行业背景

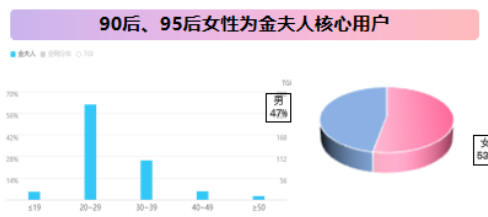


品牌背景



金夫人与竞品相比，缺少代言人发声

品牌	代言人
铂麗旅拍	魏晨
韩国艺匠	杨幂
唯一旅拍	邓伦
金夫人	/



金夫人百度搜索路径流量占比TOP1百家号32.32%

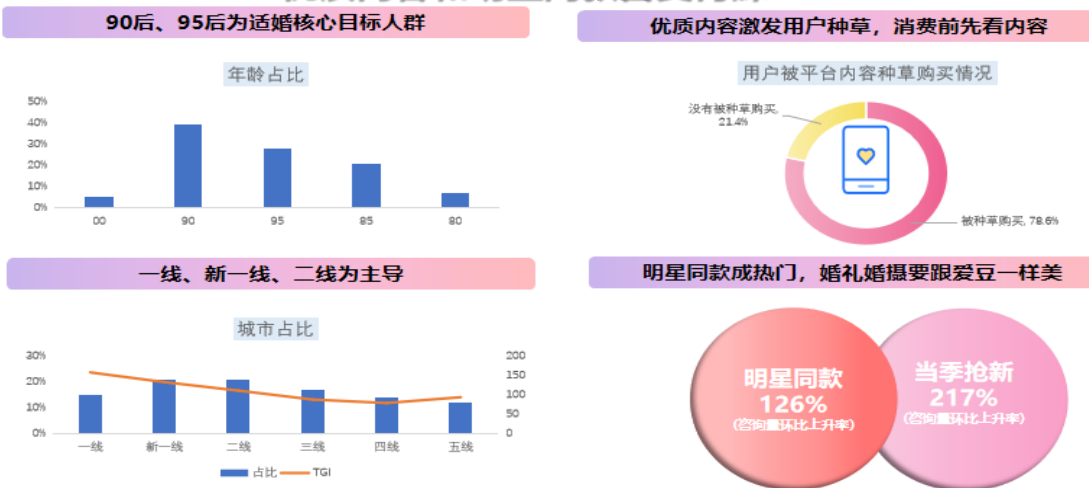
排名	搜索路径TOP5	PV占比
1	搜索->百科->离开	27.38%
2	搜索->百家号->离开	26.54%
3	搜索->知道->离开	19.88%
4	搜索->贴吧->离开	4.80%
5	搜索->经验->离开	3.90%
6	搜索->百家号->百家号->离开	3.57%

百家号 32.32%

线城市90/95后结婚用户成主力军，优质内容和明星同款备受青睐

女神节-明星创作者计划，与品牌多维契合，明星IP赋能品牌焕新

用户背景



项目背景

女神节与行业流量节点契合 **百家号内容符合TA需求**

赋能破圈

受众吻合 85/90/95后 **明星同款合TA需求**

栏目 《纯美日记》

女神节招商-百家号全新推出的「明星创作者计划」《纯美日记》，通过李纯揭秘女明星美丽秘籍，介绍中国人的婚纱摄影——金夫人品牌和及其多个婚纱主题款式。

明星 李纯

演员，年轻，靓丽
全网粉丝数1668万

受众 年轻用户

18-34岁，女性居多
北上广深一线城市用户群

数据来自：百度指数、百度观星盘、百度数据后台、《全球份“云备婚”数据报告 婚礼纪×结婚产业观察》、《2021中国结婚消费新常态用户行为洞察报告-婚礼纪-36氪》

挑战与目标

疫情冲击

结婚意愿低

婚摄行业流量下降

竞品代言人等多形式营销

如何应对

借助3个营销势能，以明星IP为核心，聚力打造品牌亿万曝光

1

势

行业流量趋势

婚摄流量行业趋势：
3月份春季流量高峰
三八女神节节点

2

势

品牌竞争趋势

金夫人品牌在3月份前
后极具流量竞争优势

3

势

用户喜好趋势

90/95后核心群体：
①通过内容种草消费
②偏好明星同款
③百家号流量趋势上涨

目标：焕新品牌活力，激活认知，持续提升品牌知名度与竞争性

营销策略“三”步走

① 预热：焕活品牌认知↑

第一步：
通过对金夫人X《纯美日记》
合作的多渠道多资源形式预
热，霸屏强势曝光，**在全网
迅速焕新金夫人的品牌认知。**

② 引爆：塑造品牌口碑与互动↑

第二步：
通过金夫人X《纯美日记》
正式上线李纯百家号等账号
宣发，引爆全网。并且由百
万粉丝大KOL+KOC微博发
起营销话题，**把品牌声量推
到最高，塑造品牌口碑的同
时与用户强互动，实现站内
站外营销破圈。**

③ 延续：品牌知名度和美誉度↑

第三步：
延续金夫人X《纯美日记》
合作的热度，引起UGC传播
裂变，并通过权威媒体PGC
引导正向舆论，带来**更多曝
光和正向内容永久沉淀，持
续提升品牌知名度与美誉度。**



金夫人
品牌专区
流量收口

观星盘数据资产管理：投前分析-投中监测-投后复盘



明星IP事件营销为核心，赋能品牌借势破圈

3-20

3-26

3-30

5-20

预热期 · 引流聚焦

引爆期 · 全网曝光，把品牌声量推到最高

延续期 · 裂变破圈

主题

金夫人X《纯美日记》
#李纯:女演员教你踏青拍照攻略#

目标

焕活品牌认知

塑造品牌口碑与用户互动

提升品牌知名度和美誉度

传播内容及渠道

百度开屏CPT-品牌Always (3.20-3.30)

UGC传播裂变

预告片上线:

金夫人X《纯美日记》正片上线

李纯百家号发布
李纯工作室微博发布
李纯工作室百家号发布
艺人账号主页封面图
百家号微信视频号发布

硬广矩阵: 百家号开屏、频道banner

新媒体矩阵宣发: 微博话题#李纯教你踏青整活儿#
头部微博百万粉丝大KOL+KOC、百家号微博、
百家号微信视频号、金夫人微博

PGC权威媒体:
舆论正向文章发布

搜索+FEED双重加持

品牌专区 (流量收口) -持续投放

品牌开屏Always+节目多频道资源全网预热

百度APP
品牌开屏Always



百度-百家号官媒



李纯工作室微博发布



李纯百家号发布



李纯工作室百家号发布



艺人账号主页封面图



*视频可播放，如打不开，可复制链接在线观看：<https://haokan.baidu.com/v?vid=4691839910159886021>



品牌声量达到顶峰

正片上线

塑造品牌口碑与用户互动

金夫人 X 《纯美日记》正片上线，李纯介绍中国人的婚纱品牌



产品露出视频位置：02:40-03:14



精准搜索

硬广+搜+推，三重加持，多场景全覆盖

多个query搜索触发活动视频，APP+PC端全覆盖



新媒体矩阵

新媒体矩阵 站内站外营销破圈

硬广+FEED

硬广+搜+推，三重加持，多场景全覆盖

多场景多频道推荐，精准推送给目标用户

百度热搜 百家新媒体矩阵，扩大覆盖人群

达人助热 微博话题#李纯教你踏青整活儿# 新浪微博头部KOL+KOC宣发矩阵，覆盖全网顶尖流量

品牌助热 金夫人自媒体直发，覆盖精准品牌用户

201W, 193W, 462W, 669W, 519W, 964W

久人 Selivna, In老板Chioe, 圈内姐姐, 精准, 圈姐传媒, 娱乐圈探班, 多个KOC发声

金夫人, 微信-金夫人视频号, 微博-金夫人官方微博

百家号开屏

合肥频道banner, 精品频道banner, 时尚频道banner

百度app 信息流推荐, 百家号app 爆款推荐, 李纯明星卡, 纯美日记wise/pc, 明星创作者卡 wise/pc

节目专题页封面, 话题活动的位置, 子频道内容推荐, C位直达, 百度百科

*视频可播放，如打不开，可复制链接在线观看：<https://haokan.baidu.com/v?pd=wisenatural&vid=6609970166510486958>



PGC+UGC传播裂变，内容资产沉淀

权威媒体发声

PGC：金夫人X纯美日记项目的认可

用户互动增强

UGC：用户兴趣提升，互动增强



百家号携手天下秀开展「明星创作者计划」打造品牌营销新玩法

在**金夫人**x《**纯美日记**》定制短视频里，李纯从作为一个女演员踏青出游的拍照技巧分享切入，传达春日高级氛围感大片需要找专业机构帮助记录的专...

🔍 搜狐网小程序

明星泛知识营销，会是品牌流量焦虑的新解药吗？

《**纯美日记**》为婚纱摄影品牌**金夫人**打造的定制内容，便从李纯对于拍照上镜知识分享，定制明星口播和互动为品牌进行背书，其相关内容全网累计...

营销兵法 12天前 阅读 6万+



百家号明星创作者计划，解锁知识营销新姿势

《**纯美日记**》为婚纱摄影品牌**金夫人**打造的定制内容，便从李纯对于拍照上镜知识分享，定制明星口播和互动为品牌进行背书，其相关内容全网累计...

百家号 10天前 已关注

百家号携手天下秀开展「明星创作者计划」

在**金夫人**x《**纯美日记**》定制短视频里，李纯从作为一个女演员踏青出游的拍照技巧分享切入，传达春日高级氛围感大片需要找专业机构帮助记录的专...

Readhub小程序



百度「明星泛知识营销」给品牌提供了怎样的新解法

《**纯美日记**》为婚纱摄影品牌**金夫人**打造的定制内容，便从李纯对于拍照上镜知识分享，定制明星口播和互动为品牌进行背书，其相关内容全网累计...

尚帝科技 11天前

开心快乐 美美哒!

2022-03-28

魏林鑫 3月26日 想看客片

金夫人 作者 5天前 亲亲，可以私信金金哟，这边稍后安排专业顾问一对一为你详细介绍哟

韩琨栢 金夫人值得信赖的品牌👍👍

作者赞过

啍天十八 那个相册有没有高清大图啊?

2022-03-28 回复

吃了小葵花08ce5e 这个拍照的地方在哪儿

2022-03-28

吃素的时光b3ee2 这个牌子能拍闺蜜照吗?

2022-03-28 3 回复

嗨牛王屹 不愧是专业摄影师，拍照清晰，艺术感强烈，文章通俗，流淌

2022-03-28 1 回复

草原之夜fM

不愧是专业摄影师，拍照清晰，艺术感强烈，文章通俗，流淌

2022-03-28 1 回复

春回南岸 视频制作的不错，感谢分享并关注，给博主点个赞支持一下哈!

2022-03-30 回复



流量收口 品专持续在线

PC与WISE端品牌专区，收割营销带来的巨量流量，防止用户流失

PC端品牌专区



移动端品牌专区



品牌亿万曝光 知名度和美誉度明显提升

金夫人 X 《纯美日记》 事件营销，效果吸睛

1.4亿+

品牌全网总曝光量

900万+

全网视频总播放量

4万+

全网总互动数

品牌相关检索增长明显

733%

品牌资讯指数环比

13.60%

品牌检索环比

Top1

品牌竞对排名

品牌亿万曝光 知名度和美誉度明显提升

明星IP赋能品牌，全网发声强势曝光



1.4亿+
全网总曝光量



900万+ 全网视频总播放量 / 4万+ 全网内容互动量 / 20项 运营资源 / 2965万 运营资源位总曝光

微博话题千万阅读量 引爆品牌破圈

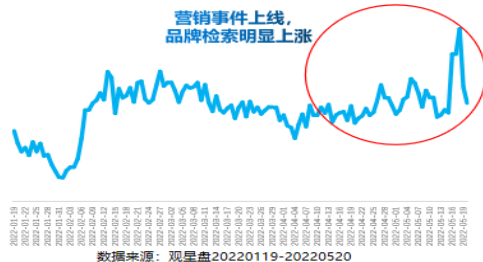


品牌知名度和竞争性提升明显

金夫人品牌检索趋势环比情况

113.60%

营销事件上线，
品牌检索明显上涨

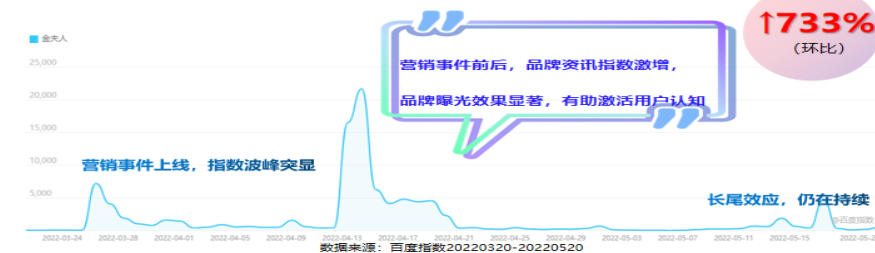


金夫人与竞品检索排名对比

TOP1

排名	品牌词	排名	品牌词
1	铂爵旅拍	1	金夫人
2	金夫人	2	铂爵旅拍
3	韩国艺匠	3	韩国艺匠
4	大象映画	4	大象映画
5	古摄影	5	古摄影
6	唯一旅拍	6	北摄映画
7	北摄映画	7	巴黎婚纱摄影
8	巴黎婚纱摄影	8	爱丽斯婚纱摄影
9	爱丽斯婚纱摄影	9	唯一旅拍
10	天长久婚纱摄影	10	米兰婚纱摄影

营销事件带动品牌资讯指数暴涨



营销事件拉动品专点击率上升，用户兴趣提高



品牌认知

品牌拥护



营销亮点

1

借势营销破圈

在疫情和结婚意愿下降，竞品营销多样化的冲击下，借助3个势能帮品牌实现强势曝光和营销破圈：

- ①婚博会行业流量红利趋势
- ②用户喜好明星同款趋势
- ③品牌具有流量竞争优势

2

对焦用户需求

精准满足用户对于婚纱产品的需求和消费习惯，从以下三个维度出发，通过百度明星创作者计划，金夫人与明星IP合作，在百家号等新媒体平台全面发酵，引发大量UGC互动裂变。

- ①喜欢明星同款；
- ②习惯被内容种草再消费；
- ③用户对百家号平台的兴趣度高。

3

品牌亿万曝光

数据见成效：
品牌全网总曝光量1.4亿 +
品牌资讯指数环比733% ↑
品牌检索环比13.60% ↑
品牌竞对排名TOP1 ↑

本次营销为金夫人品牌带来超强曝光，焕新了用户认知，提升了品牌知名度和用户用户度。

4

百度AIA-GROW方法论模型 精细化度量品牌营销效果

