

双汇&万茜解锁乘风破浪的C味

- ◆ **品牌名称**：双汇
- ◆ **所属行业**：食品类
- ◆ **执行时间**：2022.06.16-07.16
- ◆ **参选类别**：娱乐营销类-品牌代言

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

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwMTA5OTE1Mg==.html

双汇布局调味品市场，通过明星代言提升产品声量



释放明星力+打造产品力

双汇拓宽产品线，发力调味品赛道。此次希望通过明星代言，借势微博社交流量将“明星粉”转化为“产品粉”，实现双汇调味品的产品知名度和产品声量的提升。

挑战一

产品如何突围？

调味品赛道拥挤，双汇调味品已经推出一段时间却仍然鲜为人知。如何提升产品力，实现产品知名度和好感度的双丰收？

挑战二

事件如何翻新？

在正式官宣之前，明星的相关内容已经被品牌提前发布。对于用户来说，代言的神秘感已缺失，如何巧设传播再次激发粉丝互动？

二、搭建超级主题——万千滋味在双汇，契合双方独有的天生基因

在官宣前品牌释放的明星相关博文评论区，粉丝呈现自发性、符号化评论打call，占比达**60.84%**。



“调出生活好味道” 占总评论**44.21%**

“食在双汇品味生活” 占总评论**16.63%**



关联品牌、产品、明星的超级主题

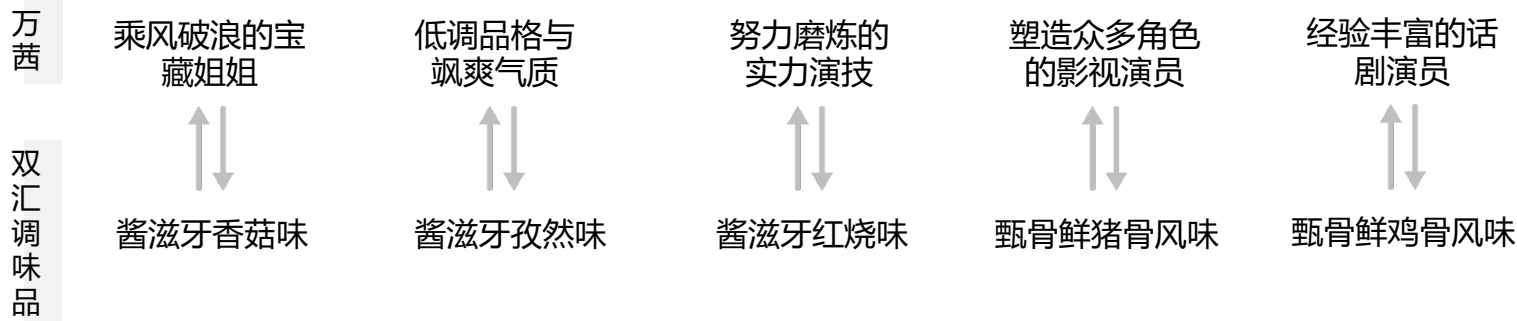
万千滋味在双汇

- ✓ 超级主题关联**代言人**“万茜”和**品牌**“双汇”
- ✓ 超级主题传递双汇调味品**产品**的百变吃法和味道鲜美

数据来源：微博数据中心

万千滋味在双汇——超级主题打call系列海报

将万茜的多种身份特质关联到多个产品特点，定制符号化打call海报及口号，点燃官宣代言声量



一、粉丝沉淀优质原生社交货币，符号化打call再次点燃粉丝热情

- 目的：为了在传播前期抓住核心粉丝点燃热情
- 传播：@食在双汇、新浪地方站媒体蓝V账号、新浪河南账号矩阵发布超级主题打call系列海报
- 效果：成功收割核心粉丝，符号化打call声浪占领评论区



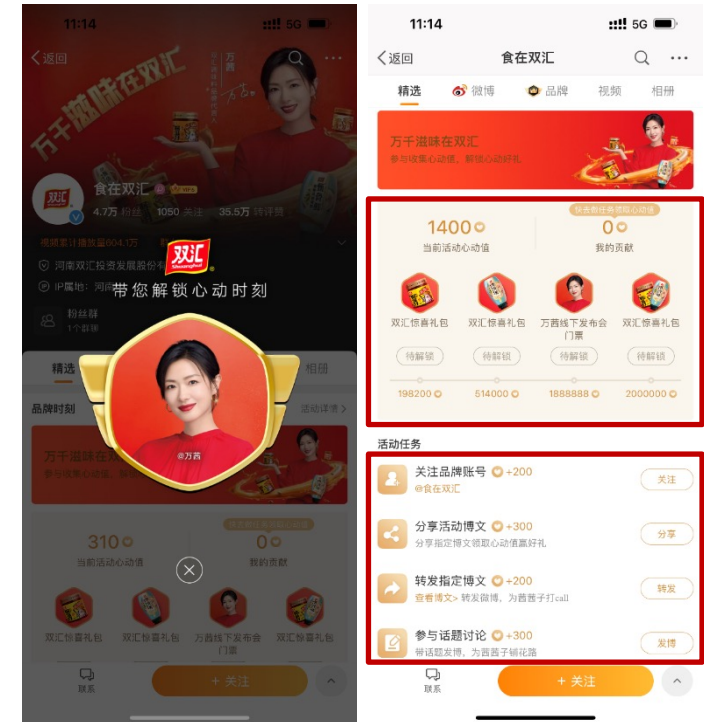
新浪地方站媒体蓝V账号、新浪河南账号矩阵转发超级主题打call海报



核心粉丝自发符号化打call行为占领评论区

二、星势力引发海啸式强应援，品牌时刻互动任务上线后1小时强出圈

- 目的：在粉丝热情被点燃之后，为了在品牌与明星、粉丝形成更深度的链接
- 传播：品牌时刻互动任务上线，用户完成活动任务获得心动值，通过解锁总心动值解锁相应福利
- 效果：将明星粉丝转化为品牌粉丝，将明星流量转化为产品热度，将短期的明星流量转化为长期的品牌资产



@食在双汇 官博
品牌时刻样式

1小时强出圈

品牌时刻上线1小时，心动值突破514000，超预期解锁前两层福利

12小时内全解锁

品牌时刻上线不到12小时，心动值突2000000，超前解锁四层福利

发布会门票宠粉

双汇发布线下发布会门票福利，回馈粉丝，现场和万茜同框

- ✓ 用户进入@食在双汇，万茜图片浮层自动弹出，吸引注意，刺激用户截图留存
- ✓ 用户参与活动任务即可增加心动值解锁福利，关注官博—分享活动—转发博文—参与讨论，层层互动

将明星力最大化释放，同时转化产品力，提升双汇调味品产品提及声量。

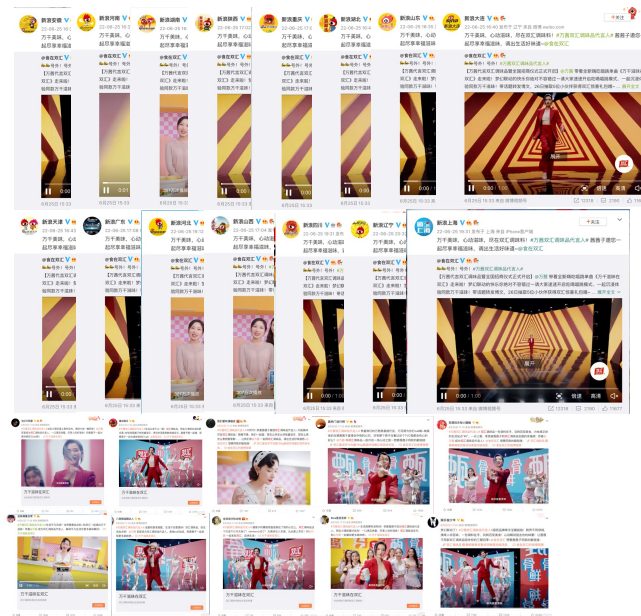
三、万茜再度登台公演，一分钟唱跳洗脑单曲实现产品病毒式传播

- 目的：为了承接前期热度顺势官宣，并且利用洗脑式的画面和音乐实现产品病毒传播
- 传播：@食在双汇、@万茜 发布#万茜双汇调味品代言人#TVC正式官宣，15个新浪地方站账号、10位KOL同步扩散
- 效果：一分钟病毒视频将双汇调味品的产品特性植入消费者脑海，大大提升产品认知度及代言事件的热度

万茜公演最新唱跳单曲官方首发



新浪地方站账号&KOL助力单曲宣发



粉丝梦回浪姐一，洗脑又上头



查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwMTA5OTE1Mg==.html

四、品牌超级话题在全国热搜榜强势霸屏+明星超话区疯狂刷屏

- 目的：进一步提升传播事件的声量，线上线下联动霸屏
- 传播：#万茜双汇调味品代言人#登榜全国热搜第三位，线下发布会召开
- 效果：微博话题阅读次数达5.3亿，讨论次数达21.2万，收割路人粉及泛人群；传播事件渗透至万茜超话区由粉丝自发刷屏

热搜话题锁定传播C位出道



移动端热搜话题

PC端热搜话题

#万茜双汇调味品代言人#

阅读量 5.3亿

讨论量 21.2万

线下发布会仪式感满满



6.25，线下万茜代言双汇调味品暨全国招商仪式正式开启，双汇邀请粉丝到场见面万茜

数据来源：微博数据中心

万茜超话粉丝自发刷屏



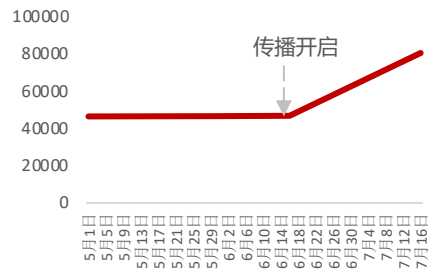
粉丝的情绪嗨点被撩动，自发将传播活动带入“万茜超话”

整个传播既点燃核心粉丝互动热情，又辐射路人粉及泛人群，达成圈层人群同频共振，提升产品声量及传播声量。

二、点燃粉丝爆炸式热情，官微快速涨粉+电商流量增长

官微粉丝增长率

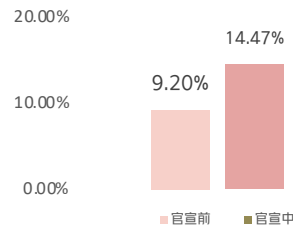
72.57%



✓ 官宣前@食在双汇 粉丝46767，官宣后增长至80707，**粉丝增加33940，粉丝增长率达到72.57%**

粉丝和兴趣人群重合度

14.47%



✓ 官宣前，官微粉丝和品牌兴趣人群重合度 9.20%；官宣后**提升至 14.47%**，
✓ 传播极大提升了粉丝的参与度，激活官微粉丝人群。

话题阅读量讨论量

#万茜双汇调味品代言人#

阅读量 **5.3亿**

讨论量 **21.2万**

粉丝点击电商店铺自发购买产品，产品售后口碑得到提升。

产品独占乘风破浪的C味



网友对传播持正向态度，粉丝上头评论，万茜惊喜下场互动，品牌收获超值影响力。

传播抢占乘风破浪的C位

