

# QQ星和闺蜜们 一起打造妈妈育儿的“百科全书”

- ◆ 品牌名称：QQ星
- ◆ 所属行业：食品行业
- ◆ 执行时间：2021.08-12
- ◆ 参选类别：IP营销类

- 伊利QQ星一直是专注儿童成长的国产牛奶品牌，在许多家长对于牛奶的认知还停留在只是“补钙”功能的背景下，QQ星就提出了“脑力黄金”DHA可以全面促进宝宝身体、智力、视力发育等多层维度的概念。
- 中国儿童牛奶市场已初具规模，整体超过40亿元，而这一规模还远未达到市场饱和。据统计，全国14岁以下的儿童约有3亿，以每人每日2包儿童牛奶计算，一年需求将近2000亿包，可创造6000亿元的销售额。纵使只有1%的儿童坚持1天喝2包，年销售额也可达60亿元。
- 根据全球儿童饮料新产品品类分析发现，儿童饮料有了营养和口味是远远不够的，还需要在包装设计和品牌营销上迎合目标消费者的功能需求与心理需求。
- 儿童饮品市场是中国快消品行业的一大金矿，众多国内外品牌正在进行产品布局，伊利QQ星面对国内蒙牛未来星、旺仔牛奶、君乐宝益智星，海外Anchor、纽麦福等内外品牌夹击的情形，在如何在儿童饮品市场维持头部品牌地位的方面，展开了更丰富且有针对性的内容营销。

- 近两年来，QQ星开始注重在新形势的社会化媒体内容上的品牌营销，并且打造了“**人类幼崽养成计划**”的大主题在不同平台落地。
- 品牌方看重母婴人群在小红书平台上的优质数据表现，希望通过与平台深度内容的合作，**增加QQ星在妈妈们心目中的品牌心智占有率。在社会化媒体上产出优质内容，沉淀品牌内容资产，增加品牌在小红书平台的搜索、曝光和品牌内容的讨论参与度。**

## 好的内容，三方共赢 用户·品牌·平台

### 用户精准锁定：

儿童饮品的主要购买客群是妈妈群体，小红书的母婴人群占整体用户群的55%左QQ星以小红书为主要沟通阵地面向妈妈群体沟通，最高效的锁定了核心客群，利用了平台生态内容，为品牌提供了最扎实的客群服务。

### 优质内容沉淀：

通过IP，调动优质的妈妈博主，针对妈妈群体感兴趣的育儿共性问题展开了一场像闺蜜间对话式的营销，调动了更多用户的参与，针对育儿领域的内容，产出了更多的真实有用的笔记内容。

### 传播真实有效：

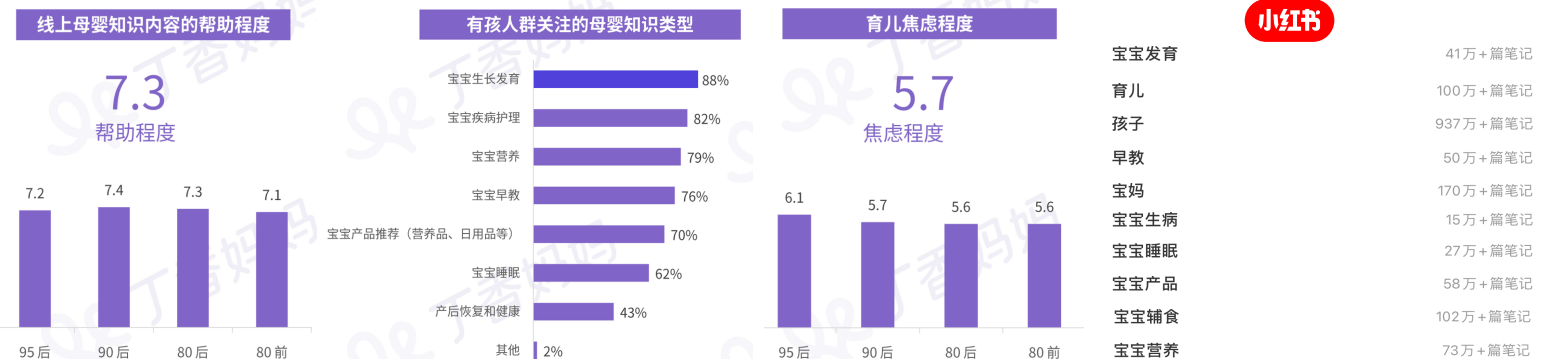
通过“幼崽饲养员”的内容营销，帮助QQ星品牌真实的拉近了品牌和消费者的情感距离，也真实的拉动了品牌的知名度和电商平台的销售量。品牌数据在站内有了飞跃式的提升。



## 打破育儿话题的严肃说教式传播，利用闺蜜聊天的方式输出育儿感受，增加内容的趣味性引发广泛讨论

为了将QQ星#人类幼崽养成计划#可以在小红书平台落地并且打造与其它平台不同维度的内容，我们把目光聚焦在了“幼崽养成”过程中不可或缺的“妈妈饲养员”的角色。

**洞察：**妈妈们的育儿焦虑体现在孩子成长过程中的方方面面，通过后台数据，我们筛选出在育儿过程中妈妈们最关注也是最爱讨论的**健康、亲子关系和教育**三个大的维度，产出包括**#孩子成长发育#、#育儿与自我平衡#、#鸡娃教育#**三个话题，输出真实缓解育儿焦虑的相关优质内容。





## 讨论：

结合平台拜托了万事屋IP通过联合平台的优质博主打造了轻松、愉悦、还原生活且交流感强的视频内容，4位妈妈博主谈论自己在育儿过程中是如何面临和处理相关问题的，将自己的感受和经历进行分享。同时站内承接话题和品牌有奖活动，鼓励用户积极参与讨论，经验妈妈互相学习取经，用优质的社区内容讨论，带动目标客群对于QQ星的品牌认知且同时拉近TA和品牌的情感距离。



## 产品：

儿童牛奶的饮用时机除早餐外，还包括多种场景，通过妈妈们和孩子的互动，将产品自然融入，同时拓宽产品的引用场景。

## 从沟通内容到传播扩散，再到种草、沉淀用户资产，「拜托了万事屋」为QQ星构建了营销全链路

好的内容  
自带流量  
广泛讨论  
破圈传播

站内笔记总阅读量61w+

笔记总阅读量45w+; 总互动量(赞评藏)31216; 最高点赞2.3w

- 00:03:25:11 自然提及
- 00:02:43:15 产品空镜
- 00:02:08:30 场景融入
- 00:03:22:14 自然使用
- 24 HOURS >>> CALL ME ANYTIME 价值输出
- 00:05:08:05 品牌花字

减少了我的育儿焦虑

QQ星走起

视频值一亿

学到了

视频太给力了

## 伊利QQ星爆品出圈，品效提升

# NO.4

儿童牛奶品牌搜索排名

# 123%

品牌企业号增粉率

# 5800

伊利QQ星相关笔记新增

# 1.5亿+

站内外活动总曝光

# 146万+

PGC短片站内外总播放量

# 2800万

话题页浏览量

# 2000

投稿参与人数

# 208%+

伊利QQ星全国销售额同比增长