

#自由创艺#宝诗龙直播大秀

- ◆ **品牌名称:** Boucheron宝诗龙
- ◆ **所属行业:** 珠宝
- ◆ **执行时间:** 2021.10.21-10.30
- ◆ **参选类别:** 直播营销类

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://www.bilibili.com/video/BV1AG4y1x7HD/?vd_source=a5436a5742eb36421fbbd982ad4d4bf8



项目背景

宝诗龙于线下首次开启高级珠宝展，届时同步邀请品牌合作群星开展独家直播活动。

项目目标

品牌希望通过此次活动借势群星影响力，扩散活动社交声量。



营销洞察

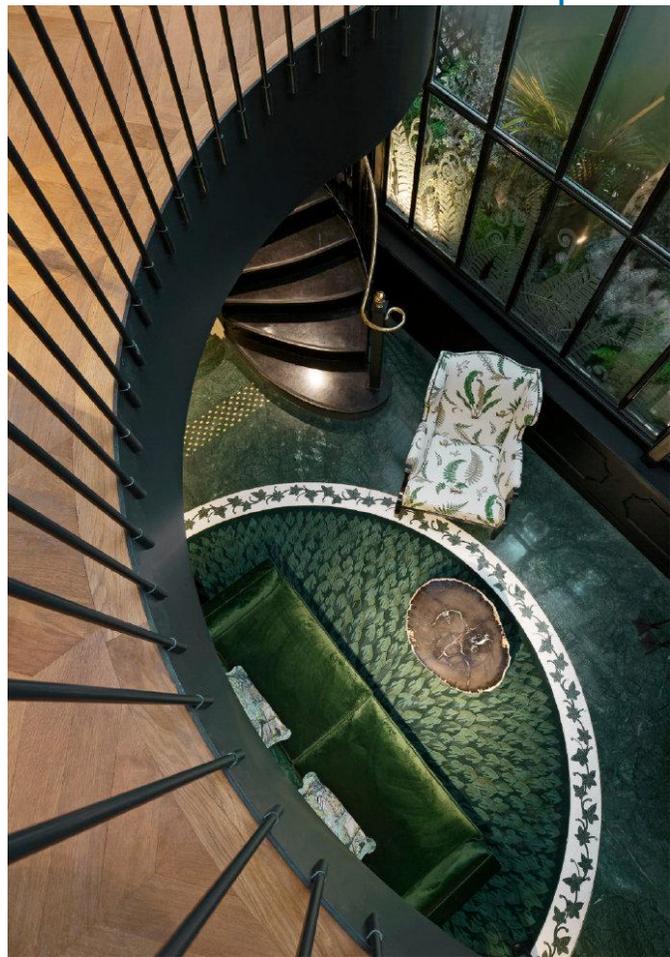
品牌明星资产洞察：通过3位明星粉丝的兴趣偏好分析，后续可与时尚垂类结合共创明星热点内容，吸引星粉关注同时传递品牌格调。

1. @胡一天粉丝以年轻的女性为主，对**电影**较为感兴趣，与品牌有一定的重合度；
2. @孙嘉灵粉丝女性占比高，同时对**拍照**兴趣浓度高，且与品牌重合度低可持续转化其粉丝；
3. @张宥浩粉丝男女分布较为均衡，对**时尚**浓度更高，易受KOL影响。

营销策略

宝诗龙联合时尚垂类围绕品牌珠宝特点以及明星人设，从social话题定制+明星内容共创，传递品牌主题，扩散线下珠宝展活动声量。

1. **热点话题定制传递品牌理念**：定制软性话题，沟通兴趣人群，吸引用户主动参与讨论；
2. **明星热点共创引爆品牌热度**：结合相关明星人设特点定制TVC，调动星粉热情，转化明星热度；
3. **创新媒介助推扩散品牌事件**：黄金媒介资源为品牌直播活动全程引流，精准类媒介全程到位引导兴趣用户围观。



1 时尚垂类内容共创，传递品牌格调

结合明星人设标签定制明星创意TVC，持续调动用户关注品牌活动，同时传递品牌高级珠宝魅力与设计理念。

2 群星热度借势，带动粉丝热议

借助明星在微博影响力，联合明星工作室矩阵带动用户品牌直播以及线下珠宝展的关注，同时为品牌兴趣人群进行扩容。

3 门户联动，不断提升品牌热度

携手微博&新浪新闻双端进行传播，活动期间全程配合助推品牌声量破圈扩散。

【BIG DAY：品牌直播事件强势引流】

1. @新浪时尚 结合品牌活动主题率先开启软性话题#自由创艺#调动用户关注预约当天直播，运营资源配合用户追热点的路径曝光上线，扩散活动热度。

品牌率先带话题发博沟通品牌核心用户吸引关注，互动用户对品牌代言人以及本次合作明星胡一天好感度高，纷纷留言表达期待当天直播

#自由创艺#话题页一键预约直播，@新浪时尚 同步转发配合限时曝光资源带动品牌直播声量扩散，「直播」「时尚」等与活动高关联度词成为用户主要热议内容



10.21 - 10.25
品牌粉丝通

- 博文传播层级：**6级**
- 关键传播用户：
 - 1、新浪时尚（蓝V用户）
 - 2、宠鹿小精灵Y（鹿晗大号粉头）
 - 3、古卷墨香闻鹿心（鹿晗大号粉头）
- 转发及评论用户对代言人鹿晗以及胡一天表现出高好感



#自由创艺#
话题页



4H发现页
热点流大视窗

- 博文传播层级：**2级**
- 博文传播关键词：

排名	热词
1	体验
2	直播
3	空间
4	时尚
5	自由
6	限时
7	宝诗龙
8	boucheron
9	世家
10	云集

这些首饰都好好看

每一件都像艺术品

【BIG DAY：品牌直播事件强势引流】

2. 直播活动当天依次发布明星大片，传递品牌魅力的同时沟通核心星粉关注品牌直播活动。

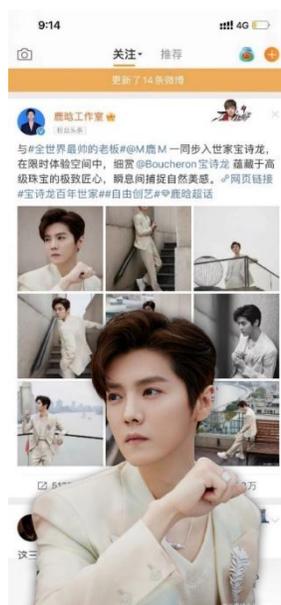
品牌代言人周冬雨&鹿晗实力演绎品牌珠宝格调与魅力

当红姐姐杨丞琳&影视小生胡一天&男团爱豆庆怜度调动不同圈层用户关注品牌活动



10.21 周冬雨工作室粉丝头条

博文传播层级：**2级**
传播热词：宝诗龙、代言、好美、好看、珠宝



10.21 鹿晗工作室粉丝头条

博文传播层级：**5级**
传播热词：宝诗龙、代言、好帅、造型、品牌



10.21 杨丞琳工作室粉丝头条

博文传播层级：**2级**
传播热词：造型、西装、好看、珠宝、宝诗龙



10.21 胡一天工作室粉丝头条

博文传播层级：**3级**
传播热词：胡一天、惊喜、温柔、自由、直播



10.21 庆怜工作室粉丝头条

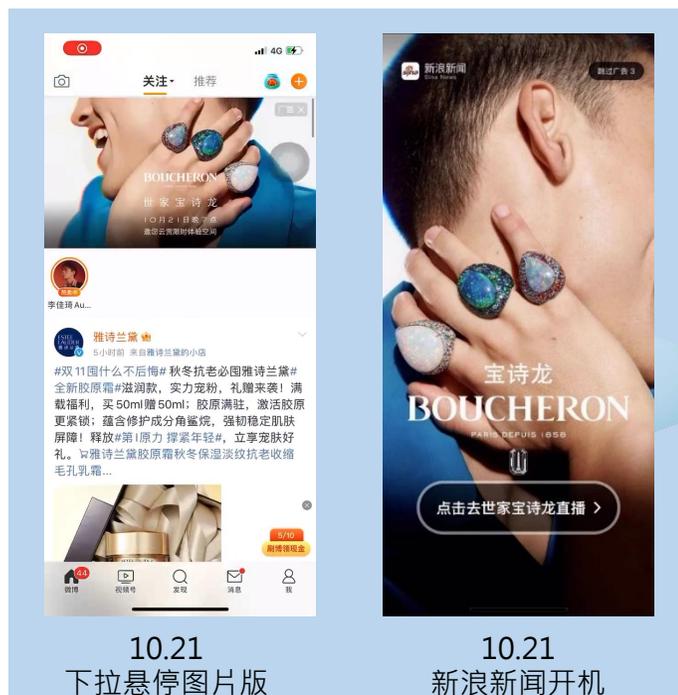
博文传播层级：**5级**
传播热词：宝诗龙、珠宝、世家、搭配、惊艳

【BIG DAY：品牌直播事件强势引流】

3. 品牌直播正式开启，创新资源于用户刷微博自然呈现活动信息，大曝光资源第一时间提升声量同时一键跳转直播间，站内站外全程配合成功助推品牌登榜自然热搜。

微博创新互动抢占用户视线为直播间持续引流
新浪新闻二次曝光提升活动传播广度

借势明星工作室发声热度+微博黄金媒介资源助推
品牌原生热点成功上榜自然热搜吸引全网兴趣用户围观讨论



@胡一天工作室
粉丝数：22万+



@周冬雨工作室
粉丝数：45万+



@树与天空工作室
粉丝数：22万+



@鹿晗工作室
粉丝数：463万+



@庆怜的小岛办事处粉丝数：5万+



【活动发酵：明星热点借势延续热度】

1. 借势直播活动讨论热度，6位明星围绕品牌活动亮点再次发声，将品牌历史&品牌故事成功传递至星粉，同时吸引星粉前往品牌线下珠宝展预约打卡。

明星矩阵齐齐发声，以自身视角解读品牌活动，聚焦星粉关注同时吸引更多粉丝打卡品牌珠宝展

明星工作室二次扩散 撩动外围星粉

<p>@周冬雨 粉丝数：3128万+</p>	<p>@M鹿M 粉丝数：6307万+</p>	<p>@张宥浩 粉丝数：563万+</p>	<p>@孙嘉灵儿 粉丝数：130万+</p>	<p>@胡一天啊 粉丝数：2024万+</p>	<p>@杨丞琳 粉丝数：1458万+</p>	<p>@周冬雨工作室 粉丝数：45万+</p>	<p>@张宥浩工作室 粉丝数：3894</p>
<p>博文传播层级：3级 传播热词：珠宝、经典、好美、宝诗龙</p>	<p>博文传播层级：12级 传播热词：宝诗龙、代言、旅程、世家</p>	<p>博文传播层级：1级 传播热词：支持、喜欢、加油、给力</p>	<p>博文传播层级：2级 传播热词：好看、喜欢、帅气、可爱</p>	<p>博文传播层级：4级 传播热词：时尚、喜欢、支持、宝诗龙</p>	<p>博文传播层级：2级 传播热词：宝诗龙、西装、珠宝、高级</p>	<p>博文传播层级：1级 传播热词：宝诗龙、空间、自由、限时</p>	<p>博文传播层级：1级 传播热词：潮流、绅士、好看、摄影</p>

【活动发酵：明星热点借势延续热度】

2. @新浪时尚 率先发布@胡一天 定制视频内容，结合其演员人设特点通过「双面演绎另一个自己」视频主题诠释品牌珠宝「自由」精神&独特风格，同时成功撩动星粉关注，转化为品牌社交资产。



@新浪时尚

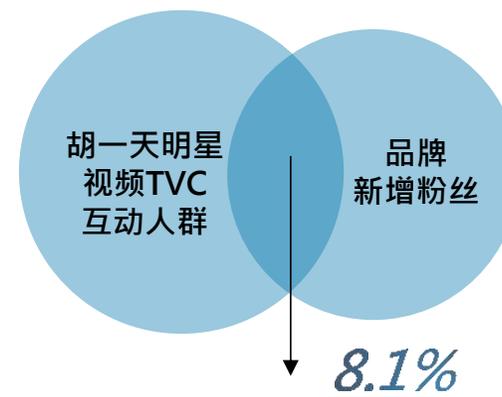
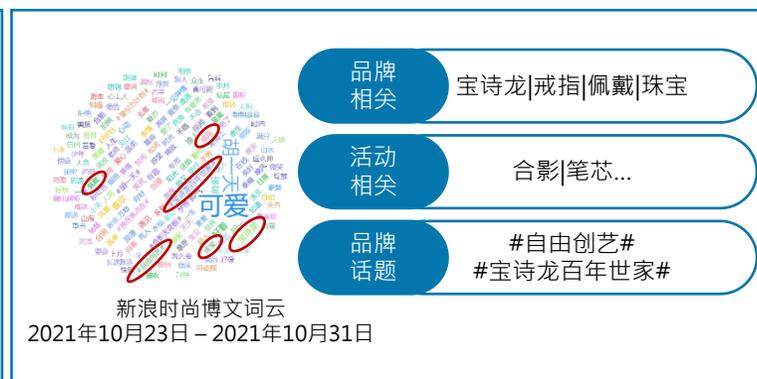
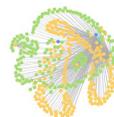
粉丝数：1017万+

博文互动量

1.08万+



- 博文传播层级：
3级
- 关键传播用户：
 - 新浪珠宝（蓝V用户）
 - 讨厌刻意麦麸的lcp（胡一天粉头）
 - knightly2015（胡一天超话大咖）
- 传播热词：
胡一天、可爱、演员、宝诗龙、好帅、迷人比心、世家、好看、合照



【活动发酵：明星热点借势延续热度】

3. 人气小花小生@孙嘉灵儿 & @张宥浩 TVC陆续上线，再次深度诠释品牌珠宝个性魅力，释放明星影响力同时带动兴趣圈层用户对品牌珠宝的关注与讨论。



@带你去看展览
粉丝数：209万+



- 博文传播层级：
1级
- 带动星粉关注热议的同时，成功吸引泛圈层用户主动讨论品牌珠宝设计以及理念。

- NO. 1. #自由创艺#我在焦点在#孙嘉灵颜值好高
霸铃山雪#自由创艺#我在焦点在#孙嘉灵颜值好高，而且很有气质，带上珠宝就很知性
思慧为语珠宝是美女的最好点缀，孙嘉灵儿佩戴宝诗龙真的太有气质啦#自由创艺#和#我在焦点在#
- NO. 2. #自由创艺#女孩子爱珠宝
Lini303#自由创艺#女孩子爱珠宝，那可是天知地知你知我知的呢！#我在焦点在#
浅殇LOL#自由创艺#女孩子爱珠宝，那可是天知地知你知我知的呢！#我在焦点在#
- NO. 3. #自由创艺#没有一个女生是不喜欢珠宝的
雪碧鸡翅哦#自由创艺#没有一个女生是不喜欢珠宝的，这个宝诗龙设计非常的惹眼#我在焦点在#



@新浪男士
粉丝数：688万+



- 博文传播层级：
2级
- 博文互动用户纷纷对张宥浩佩戴珠宝表达高度赞美，品牌高级珠宝格调成功传递至用户。

- NO. 1. 好贵气的感觉珠宝就是加持
真能吃是福好贵气的感觉珠宝就是加持。想get同款要开始攒钱了安排上
- NO. 2. 哇这个珠宝好看的诶好适合他穿着搭配也是很贵气了有不同的风格
地心海华Moo:哇这个珠宝好看的诶好适合他穿着搭配也是很贵气了有不同的风格
- NO. 3. 每个风格自由转换都让人目不转睛
桃枝晓妖:张宥浩真的好帅气呀，每个风格自由转换都让人目不转睛!



【亮点解读：圈层内容定制传递格调】

1. @新浪时尚 乘胜追击，发布PR长图，从品牌历史/展览空间设计等多维度总结品牌珠宝活动亮点，邀请更多兴趣用户前往打卡解锁，全网发酵活动讨论。



排名	热词
1	创艺
2	自由
3	体验
4	线下
5	机会
6	珠宝
7	宝诗龙
8	设计
9	风格
10	环境

- 传播热词TOP10：
- 网友观点TOP5：

- NO. 1.珠宝真的是看起来很不错
- NO. 2.真的是有机会就可以去的呢
- NO. 3.珠宝真的是看起来非常的贵气
- NO. 4.#自由创艺#看起来还是很有创意感的
- NO. 5.#自由创艺#这个珠宝设计的太有感觉了吧



【亮点解读：圈层内容定制传递格调】

2. 品牌珠宝展活动信息持续反复触达目标TA，吸引用户关注热议，互动用户以热追星的女性为主。



10.24 - 10.30
品牌粉丝通

博文互动用户以女性为主
对明星较为感兴趣

- 博文传播层级：2级
- 关键传播用户：
 - 1、conybrown666的小号（庆怜大号粉头）
 - 2、芒果啾啾核桃鹿（鹿晗超话大咖）
 - 3、blingbling鹿角girl（鹿晗超话大咖）
- 转发用户性别比：
男1：女9
- 转发用户兴趣标签：
 - 1、美食
 - 2、名人明星
 - 3、娱乐
 - 4、宠物
 - 5、旅行
- 转发用户性别比：
男1：女9
- 转发用户兴趣标签：
 - 1、名人明星
 - 2、美食
 - 3、娱乐
 - 4、校园生活
 - 5、星座

博文讨论除与代言人鹿晗相关外
也出现了绝配/好看等大量正面词汇

博文传播热词TOP5

排名	热词
1	宝诗龙
2	鹿晗
3	好看
4	绝配
5	珠宝



营销效果

- 1. 品牌社交声量&社交印象分析**：通过明星内容共创+垂类合作，品牌声量迎来近8-10月内的最高峰，同时从用户热议中可以发现，讨论内容逐渐从代言人鹿晗转变为与宝诗龙品牌自身相关的活动信息；
- 2. 品牌活动话题分析**：通过线下珠宝展直播+微博时尚明星内容共创成功助力品牌双话题传播，同时吸引近20%明星粉丝参与话题讨论，互动人群以2-3线的00后女生为主；
- 3. 品牌社交资产分析**：通过明星影响力+垂类内容共创，成功为品牌实现拉新，粉丝以00后热衷于追星的2-3线女性为主。