

# 立白大师香氛×抖音出众星时代整合营销项目

- ◆ **品牌名称：**立白大师香氛
- ◆ **所属行业：**快消
- ◆ **执行时间：**2023.05.20-06.20
- ◆ **参选类别：**日化/个护类

## 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://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjAxMzk3NDM0NA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjAxMzk3NDM0NA==.html)

继2023年Q1立白大师香氛携手95后新锐演员周也打造家清行业首个天猫超品日，持续提高品牌势能。Q2面临618电商大促节点，作为销量爆发的重要节点之一，品牌如何从各竞品中脱颖而出、如何在大促中获得销量增长、如何有效建立起“法国香水大师出品”属性及认知，是品牌在Q2面临的重大挑战。

因此品牌在Q2阶段，延续Q1建立的高端品牌形象，进一步夯实强辨识度的品牌差异化核心卖点“法国格拉斯玫瑰”作为营销破局点，循香觅己，馥能时尚女性态度，持续建立立白大师香氛是高端洗衣液首选的品牌认知，借助与抖音平台和嘉人杂志及高势能达人的深度合作，实现电商Q2人群破圈及618大促销量增长，打造超高端香氛洗护第一品牌的知名度和品牌形象。

## 强化“法国香水大师出品” 品牌定位

通过calice、felix等**权威大师背书**，持续强化高端、专业的品牌形象，提升兴趣人群规模

巩固专业大师形象

## 携手抖音及高端奢媒 潮流高势能人群都在用

与抖音“**出众星时代**”**S级IP**和高端奢媒《**嘉人**》杂志合作，携手抖音千万级达人演绎#香从何而来#概念tvc，**头部破圈拉新5A人群**，电商后链路承接，打造现象级品牌效应

增量平台差异化内容爆发

## 电商节点+明星运用 品效强转化

明星周也做客品牌直播间  
电商限定礼盒&品牌高端时尚特刊；  
人、货、场全域加持，实现品牌**销售转化**

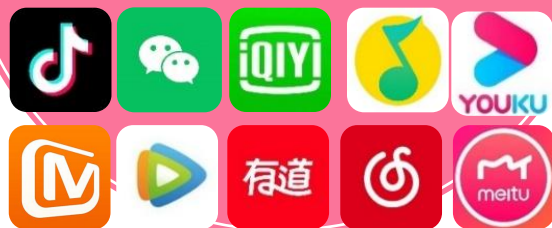
引爆618销售转化

专业度 | 高端感 | 号召力  
建立高端&引领潮流的品牌形象

## 高势能、短链路媒体深化品牌心智种草，赋能线上线下销售

数字媒体

种草内容  
传播最大化



- 抖音《出众星时代》品牌内容种草  
- 优质素材复投腾讯系+阿里妈妈数媒

户外投放

高势能高频次  
建立品牌心智

机场

梯媒

地铁

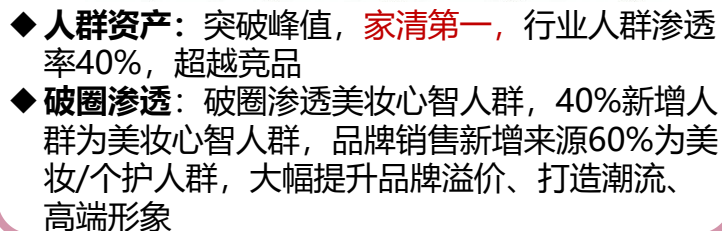
户外LED

- 机场规模化高端客流种草  
- 梯媒+商圈户外投放高频触达目标人群

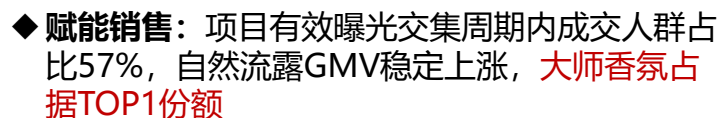
- 品牌人群资产实现**家清行业NO.1**：品牌40%新增人群为美妆心智人群，实现破圈渗透美妆心智人群；资深中产、精致妈妈、新锐白领成为品牌增长最快人群，实现品牌人群年轻化、高端化，大幅提升品牌溢价、打造潮流、高端形象；
- 赋能电商强转化，**销量稳居NO.1**：618大促期间不做价格促销、不上超头，大师香氛洗衣液仍蝉联天猫洗衣液品类第一，横扫天猫各大榜单洗衣液第一；抖音23年三大营销战役，助力立白大师香氛洗衣液平台稳居第一；
- 高端内容持续打造，**实现品牌美誉度No.1**：结合高势能头部达人特性为品牌定制高端TVC，曝光5000w+，点击114w+，互动7.6w+，抖音站内NPS口碑第一；
- 品牌效益大幅溢出，**赋能全渠道销售**：“出众星时代”为泛商城带来明显自然流量提升，抖音旗舰店自然流量大幅提升，反哺分销商抖店销售，分销店铺单月GMV破300w；品牌搜索词平台外溢，同期天猫搜索+50%，JD搜索+23%；
- 品牌**整体传播声量TOP1**：项目总曝光量超4.89亿，5月立白声量占据全行业TOP1，声量以抖音（41%）为主，互动量由立白大师香氛的抖音#出众星时代#阶段种草推广视频带动；
- 明星高端直播**创店播历史最高成交**：周也进驻抖音带货主播小五直播间，一小时直播直冲抖音三榜第一，全天销售额突破450w，创下店播历史以来单日最高成交额。

## 品牌销量稳居第一

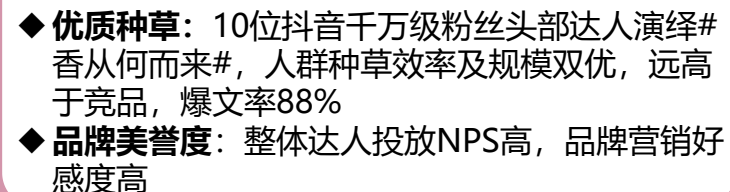
**联合抖音S级IP+最潮流媒体《嘉人》  
以高打低的破圈模式初获成功  
累计5A人群资产，家清第一**



**引领抖音行业增长，同比增速80%**  
**横扫天猫各大榜单洗衣液第一**  
**获得天猫第一的地位**



高端种草内容  
打造用户向往的法式优雅生活态度  
抖音站内NPS口碑第一



## 项目亮点一：打造行业最高端潮流的立白大师香氛品牌广告

**最潮流** 的抖音红人（千万级头部） **最高级** 的视觉画面

《嘉人》时尚摄影师拍摄 抖音《出众星时代》S级营销资源独家合作

**最潮流** 的品牌广告

寻香觅己超级品牌广告



项目亮点：全链路整合模式——品牌&电商一体化营销

- 全新内容打造模式：联合平台打造超级IP《出众新时代》
- 全新种草模式：品牌聚焦情感沟通+电商聚焦销售转化

高端顶级达人+时尚媒体打造最潮内容  
人群资产占家清行业TOP1，A1-A3人群拉新5千万

电商承接高精度人群包  
挂车内容复投人群，提升A4A5转化

《嘉人》时尚摄影师拍摄  
最潮流的抖音红人最高级的视觉画面

最潮流 的品牌内容  
头部潮流达人演绎高端种草

抖音平台  
市场份额  
NO.1  
电商全渠道销售  
6月破亿

5A资产人群成交详情

|    | 人群资产规模      | × | 转化率    | = | 成交人数    | 成交占比   |
|----|-------------|---|--------|---|---------|--------|
| 5A | 414,706,188 |   | 0.16%  |   | 676,470 | 100%   |
| A1 | 185,908,413 |   | 0.059% |   | 109,286 | 16.16% |
| A2 | 192,626,818 |   | 0.13%  |   | 253,321 | 37.45% |
| A3 | 28,093,808  |   | 0.59%  |   | 164,831 | 24.37% |
| A4 | 6,703,197   |   | 1.49%  |   | 99,600  | 14.72% |
| A5 |             |   |        |   | 10,432  | 7.31%  |

A4A5人群转化

A1-A3人群蓄水



## 项目亮点：品牌与电商赋能协同创新打法

### 品牌与电商的协同是成功的关键

#### 赋能电商链路

品牌不挂车内容发布  
A1-A3人群蓄水

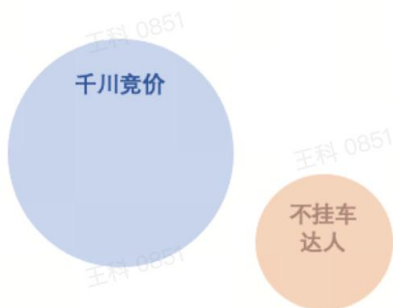


复投人群

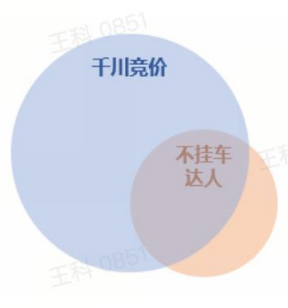


星图挂车收割人群  
A4A5高流转率提升GMV

我们以为的 千川竞价曝光 和 不挂车达人曝光 之间的关系



实际的 千川竞价曝光 和 不挂车达人曝光



61%=重复触达人/达人曝光

|   | A     | B                 | C                       |
|---|-------|-------------------|-------------------------|
| 1 |       | O/A1 -- A2/A3 流转率 | O/A1/A2/A3 -- A4/A5 流转率 |
| 2 | 星图不挂车 | 98%               | 0.35%                   |
| 3 | 星图挂车  | 67%               | 0.83%                   |

头部拉新达人不挂车，在人群流转上较挂车视频有明显优势  
星图挂车A4A5流转率为不挂车2倍

## 家清行业首个机场广告：广州白云机场T1+T2高端大屏点位，实现高端客流震撼种草

520节点投放一周：安检区LED屏+VIP过道LED屏套装+安检竖屏

6.1投放一周：安检区LED屏+VIP过道LED屏套装

端午投放一周：安检区LED屏+VIP过道LED屏套装+T1国旗位

T1  
国旗位



安  
检  
区  
LED  
屏



后  
测  
调  
研  
数  
据

**立白**大师香氛 品牌形象感知

**“高端/高级的品牌” 认知提升7%**  
(曝光组58% vs 非曝光组51%)

**“广告独特性认同” 67%**  
(显著高于同期美的广告的58%)