

百多邦《这！就是街舞5》 敢舞不怕伤，重构IP营销新链路

- ◆ 品牌名称：百多邦
- ◆ 所属行业：医药行业
- ◆ 执行时间：2022.08.14- 10.30
- ◆ 参选类别：场景营销类

结案视频

结案视频:

https://v.youku.com/v_show/id_XNTk0ODg4NDU2OA==.html

创意视频:

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkxMDI3MTIyNA==.html

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频





把握时代脉搏，以年轻话语成为消费者心仪之选

市场现状

后疫情时代，全民健康消费意识增强，百多邦全新单品创面消毒喷雾剂以有效杀菌、温和低刺激等优势卖点进军市场，成为家中常备产品。

品牌理念

以“敢”为核心品牌精神，彰显百多邦敢突破的年轻态度；打破大众对医药品牌营销固有的刻板认知，让更多人看到了一个敢玩会玩的品牌。

消费者喜好

年轻一代消费者崇尚个性化和品质感，有态度的品牌更易激发年轻用户好感，收货品牌价值认同，从而转化为品牌用户。

目标1：传递一种精神

街舞作为中国青年文化标杆，传递的“迎难而上”“敢于挑战”的精神内核与百多邦的“敢”不谋而合；
搭载确定性爆款综N代《这！就是街舞5》输出百多邦创面消毒喷雾“敢舞不怕伤”的核心主张，用更有温度的方式与年轻人产生情感共振。

目标2：强化一个场景

街舞选手面对高强度训练和表演，摔伤擦伤成了家常便饭，迫切寻求更为科学的消毒方式来处理伤口，这为产品的使用场景和功能教育提供天然平台。有效强化外伤场景使用关联，建立品牌与综艺之间的相关性。

目标3：渠道生意增长

依托优酷的IP全链路营销能力、数据打通能力、联动阿里巴巴生态矩阵，为品牌沉淀人群资产，赋能线下渠道、淘系电商、饿了么、阿里健康等渠道生意增长

开放式内容创作：绑定最敢舞者+最敢battle场景，百多邦“敢”精神全面渗透

挖掘街舞精神与百多邦品牌&产品的契合点，实现品牌x内容的深度融合。渗透高燃街舞运动场景，百多邦作为伤口护理好物，助力街舞选手“敢舞不怕伤”。邀请街舞大师肖杰成为“高能敢舞官”，街舞喜剧打工人趣味演绎产品卖点，让医药品牌传播更有梗。更邀请渠道伙伴共同推出神秘配送员病毒视频，开放式创作为内容生态带来超预期的活力，百多邦与合作平台及客户一起“舞出圈”。

开放式资源共享：百多邦整合IP资源，开放机会赋能各渠道合作伙伴

以IP串联起碎片化的沟通触点，丰富品牌讲故事的场景。O2O购药场景下，撬动饿了么超级品牌日顶配流量；线上渠道定制街舞主题私域互动，与重点合作客户全域联动；线下门店联动顶级舞社G-STEP资源，激活终端消费活力

开放式数据支持：重构IP营销新链路，成功实现医药行业的首次IP入淘数据联动

依托IP势能撬动淘系超级品牌日、天猫超市、天猫酷星球等TOP级营销资源，巨额流量加持及创新互动玩法激活品牌潜客购买力，实现全链路营销。

【内容场】携手人气选手趣味演绎，让品牌敢玩敢出圈

邀请大师团成员肖杰作为“百多邦高能敢舞官”，百多邦打破常规品牌广告创意，带着揭秘街舞幕后花絮的噱头，带领消费者走进广告片拍摄现场，特别的视角激发观众好奇心，带给消费者一种，看的是广告但又不像广告的效果，让产品深植消费者脑海。同时UP主们花式玩活，有趣、有梗、充满病毒性的二创中，百多邦的高频出镜成了最大赢家，洗脑式的卖点唱段也让消费者在愉快的心情下主动接收进而扩散。

敢玩，以幕后花絮视角自然融入产品卖点



敢创，鬼畜二创魔性卡点洗脑式传播破圈



【内容场】渗透街舞高燃Battle场景，强化够“敢”品牌精神

聚焦当代年轻消费者关注的街舞文化，利用高强度动作触达高频外伤，通过深度植入、产品露出、创意短片等核心权益，为品牌提供天然教育平台。借力最契合的环节内容，实现品牌精神与产品教育的高曝光。



【线下场】强化街舞场景心智，为线下药房引流带货

定制街舞主题私域互动，与重点合作客户全域联动。合作G-STEP全国连锁街舞品牌，消费者在线下药房购买3瓶百多邦产品，即可获得街舞线上试听课，通过街舞IP相关课程撬动产品销售。



【生态场】从内容到生意，数智赋能助力渠道增长

- (一) 心智通：联动阿里健康，打造阿里健康“传统好药日”主题会场，为百多邦撬动高价值稀缺资源，精准渗透垂类购药人群。
- (二) 人群通：将IP人群、广告人群、品类人群透传至电商场，通过淘宝push/天猫push精准承接，强化品牌印记并带动产品销量。
- (三) 数据通：将IP高潜人群沉淀到数据银行，赋能品牌在淘内搜索场景追投，有效拦截转化街舞高价值人群。

心智通



人群通



数据通



品牌声量破圈传播

《这！就是街舞》第五季持续热播，稳居国内综艺天花板，全平台好评如潮，狂揽全网热搜2787个，帮助百多邦有效吸引更多年轻消费者关注，为品牌带来145亿次曝光。#敢舞敢battle#微博话题阅读量达2.6亿+，社交声量全面提升。

品牌价值破圈表达

以街舞文化为原点，绑定最敢舞者+最敢battle场景，百多邦“敢”精神全面渗透。传递百多邦“带上百多邦，敢舞不怕伤”的品牌精神，打破医药品牌传播瓶颈，与年轻一代的消费者共鸣。

产品销量迅速提升

节目外延续IP人群价值为渠道提效，将IP人群透传至阿里电商场域，实现医药行业的首次IP入淘打通。IP赋能品牌生意场精准转化，CTR增长高达+400%。直通车追投《这！就是街舞》第五季品牌广告触达的人群，有效拉动产品销售，ROI高达8。为品牌有效拦截转化街舞高价值人群，并且投后IP品类人群的ROI为品牌广告人群的2倍，有效证明街舞IP对用户购买心智影响有强效果。