**花木星球#杨紫梦境#线下展览直播营销**

**广 告 主：**花木星球

**所属行业：**日化品牌

**执行时间：**2020.07.20-07.24

**参选类别：**直播营销类

**营销背景**

风靡美国的家清洗护品牌——花木星球由快消巨头联合利华集团引入中国市场，让更多对精致生活有追求的用户有机会将这份美好收入囊中。花木星球在7月合作teamlab进行线下展览直播。杨紫作为馆长出席直播，通过直播向用户传递了品牌内容，诠释了精致生活的理念。

**营销目标**

1. 借势明星代言人，提升品牌声量，建立产品认知；
2. 聚集粉丝效应，为电商直播导流，促进销售转化。

**策略与创意**

1. **通过明星发声捕获粉丝注意力。**与明星深度捆绑，粉丝助力品牌声量，建立产品认知。
2. **精准定向，一键直播拔草。**全程搭载UD，聚宝盆精准触达目标人群，提升直播转化。
3. **内容运营 收获长尾流量。**微博大账号扩散，话题二次传播，延续活动热度。

**执行过程/媒体表现**

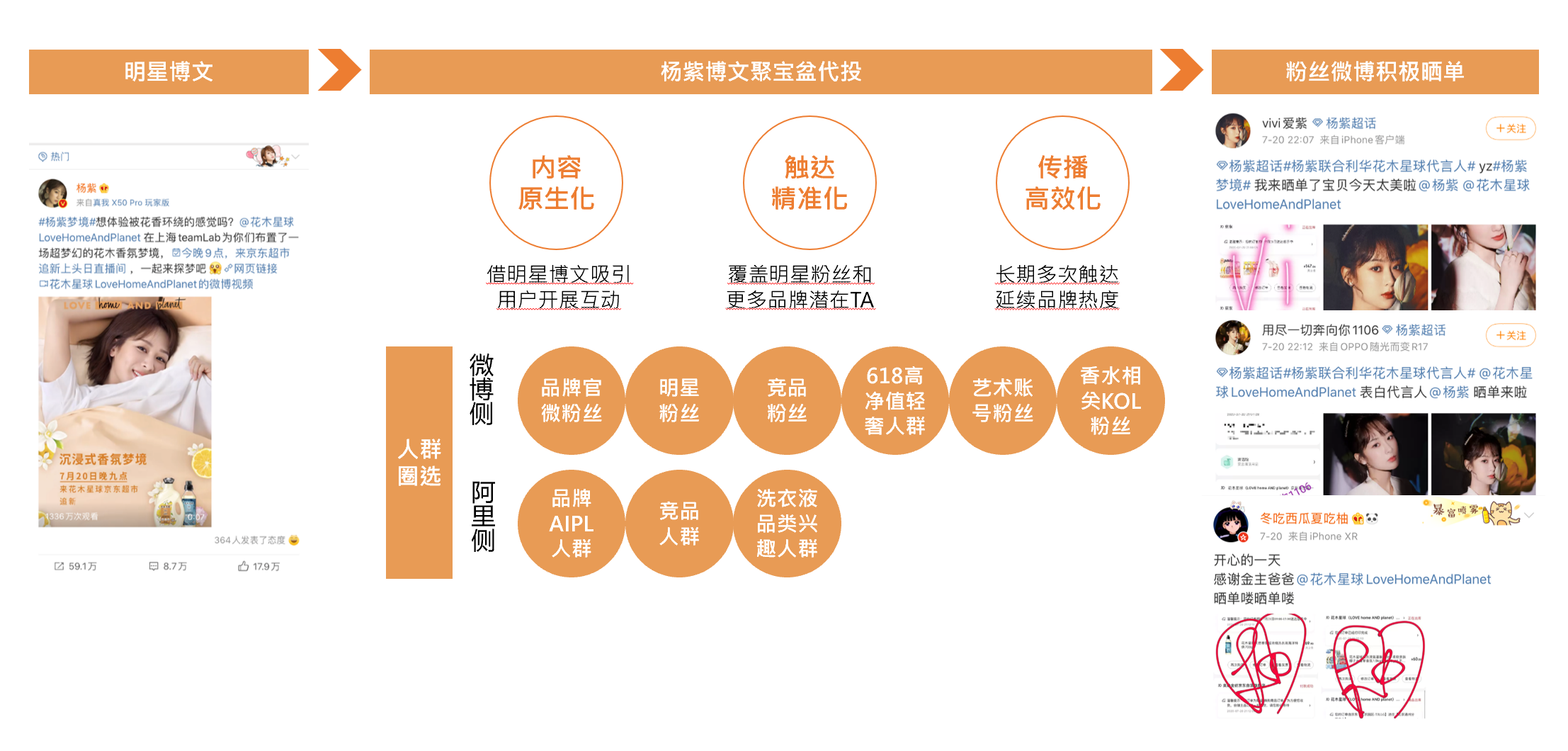
**直播前预热，直播中拔草，直播后二次传播**



**1.明星发声**——杨紫发博惊喜预告，粉丝积极互动应援，为直播活动预热蓄力。



**2.精准定向**——聚宝盆定向兴趣圈层，一键预约直播拔草，促进销量转化。



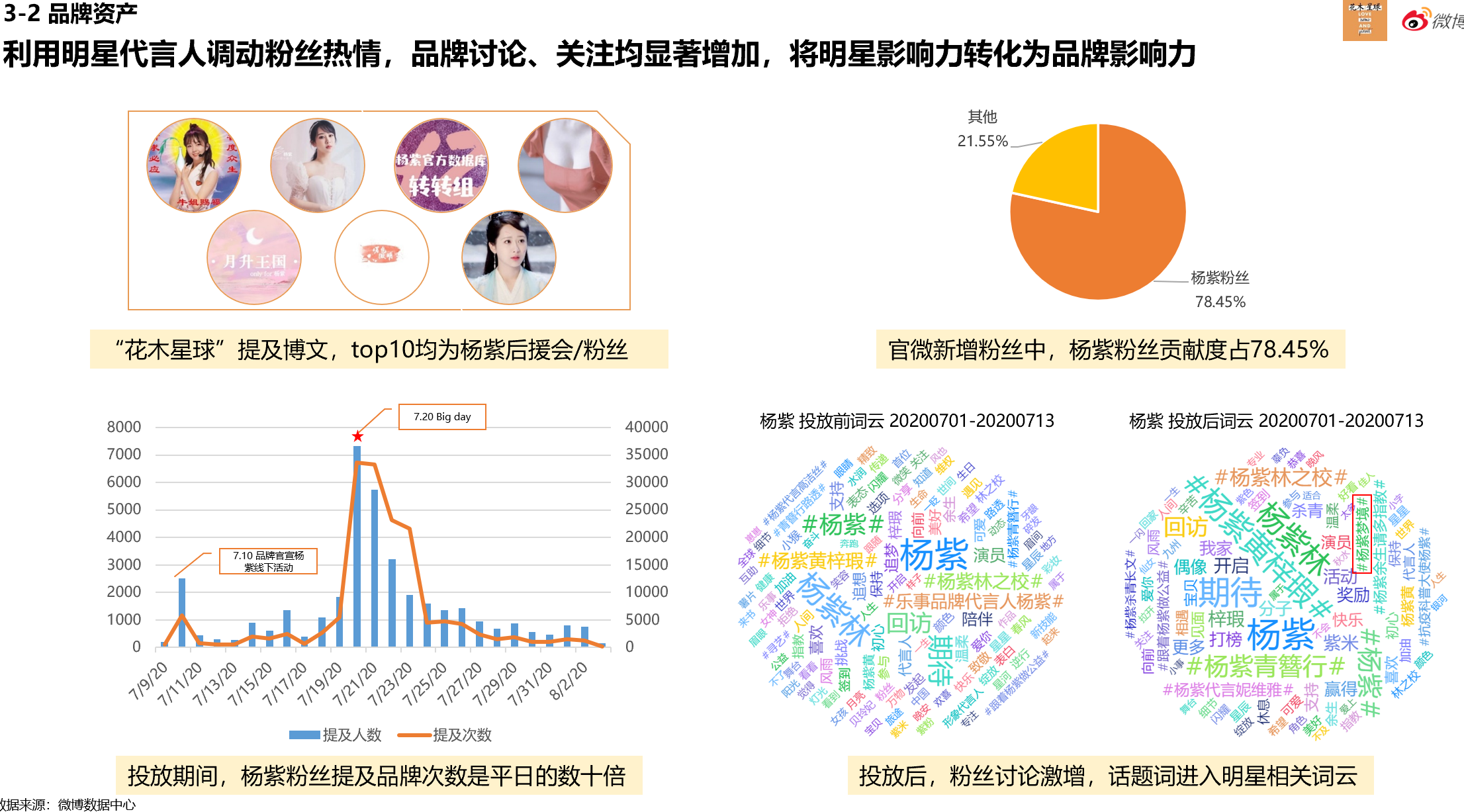
**3.内容运营**——热搜话题引流，收获全网关注，打造品牌微博主阵地。

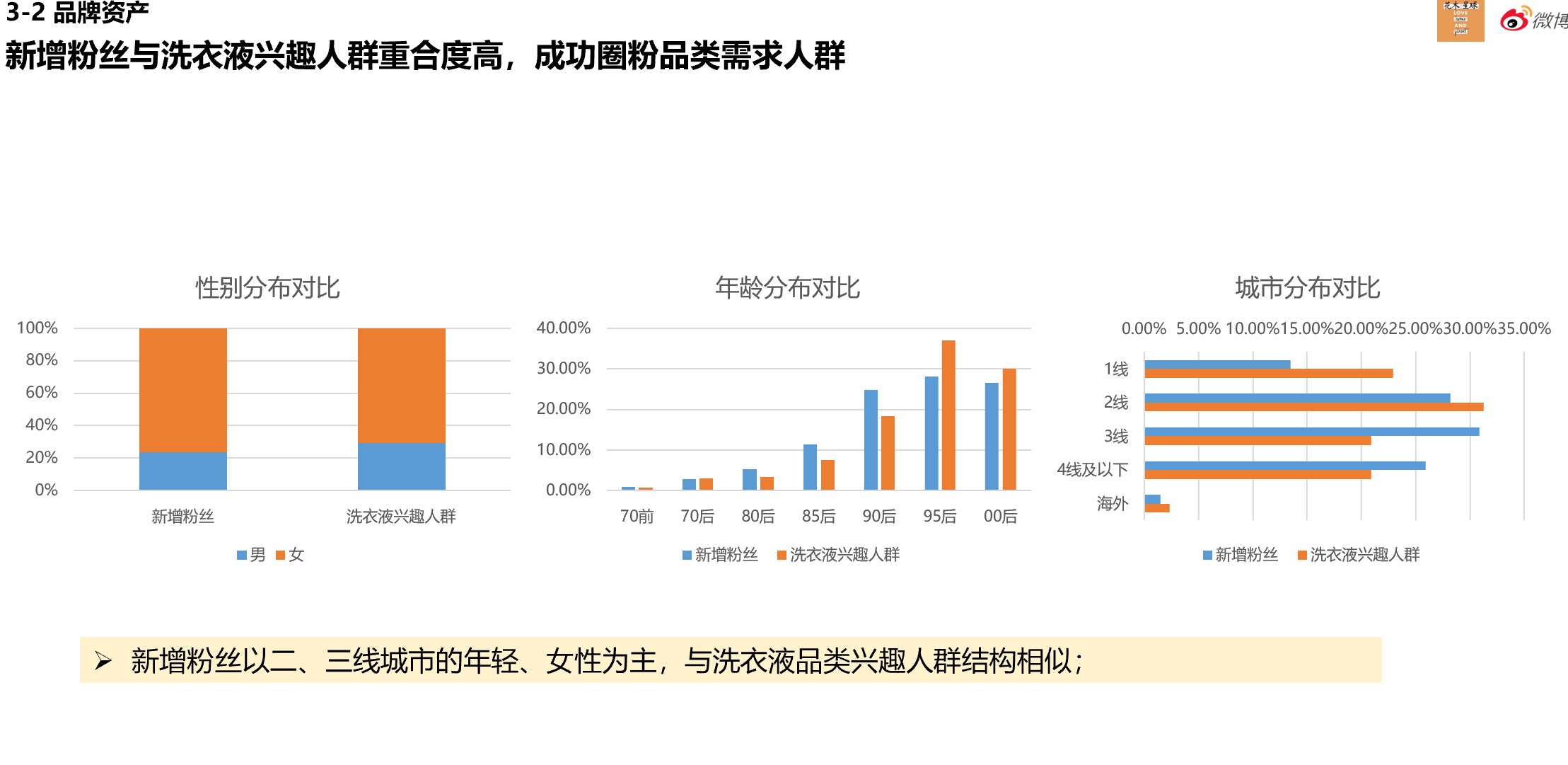




**营销效果与市场反馈**

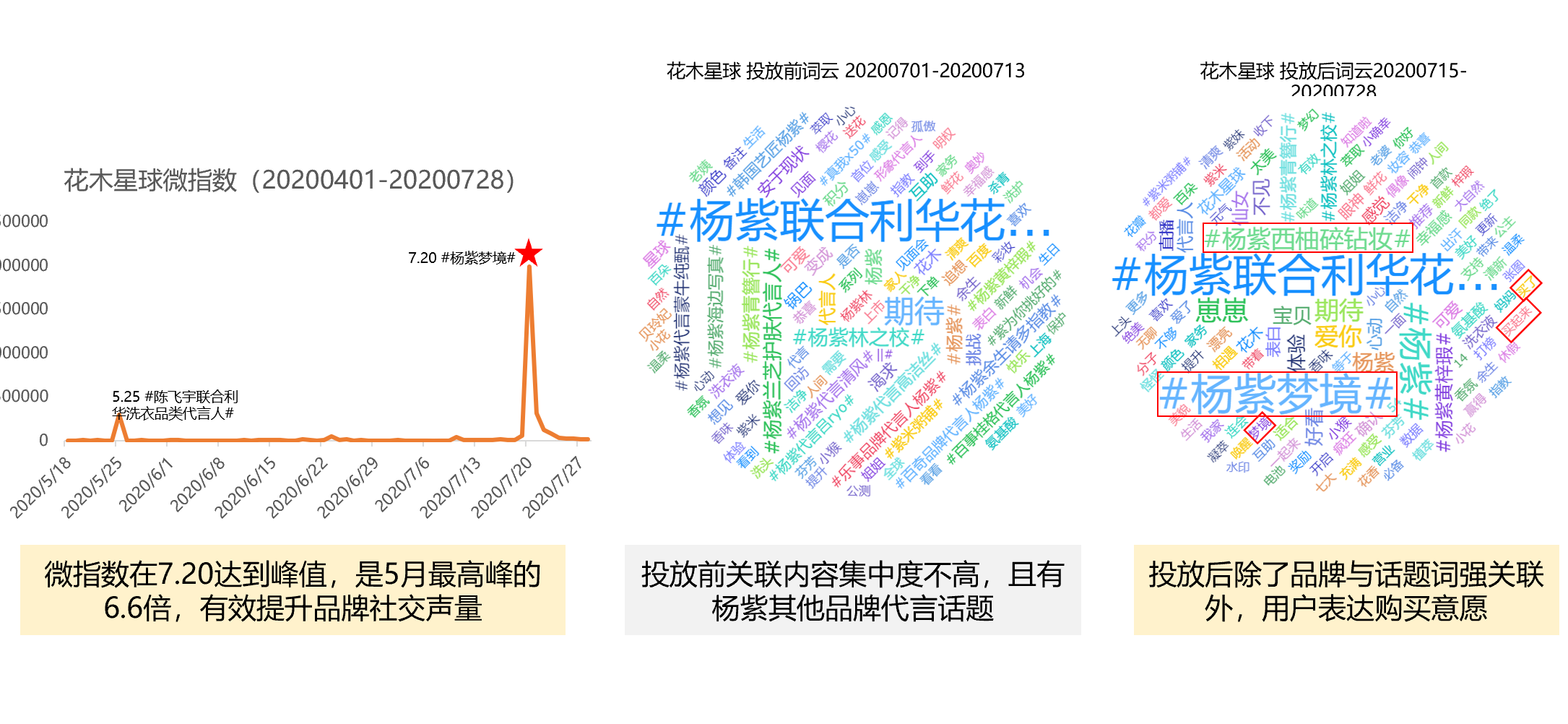
通过对明星直播前、直播中、直播后的运营，给予粉丝多形式多渠道打call空间，提升品牌声量。





圈选多个兴趣圈层，搭载UD打通社交-电商数据，精准释放品牌影响力，微博官方大账号引导，明星衍生话题热搜，成功延长品牌活动传播时效。

花木星球品牌声量较平时显著提升，品牌词云进一步绑定明星。



数据源：微博