**梦金园祈祥古法金转梦圆营销案例**

**广 告 主：**梦金园黄金珠宝

**所属行业：**黄金珠宝配饰

**执行时间：**2022.11.05-11.25

**参选类别：**效果营销类

**营销背景**

1. 梦金园在七夕五九亿纯金节点营销中，已让用户心智上对梦金园养成祈愿美好的品牌形象。
2. 在生肖文化作为中国传统文化，渗透到中国人的生老病死，婚丧嫁娶中，影响到精神层面的信仰与命运观念。
3. 疫情当下人们对美好新年的期盼，以及对好运和转运的期许。
4. 新年之际，产品所对应的30+有经济实力的人群，关注自身的实际需求，是在充满未知数的本命年来临前给自己的一份迈向美好的祈愿。

**面临的挑战：**

1. 品牌认知度不够，用户对品牌印象不清晰。
2. 社媒宣传较少，相比竞品，社交媒体上关于品牌的宣传略少。
3. 种草产品单价高，相对竞品种草的爆款，本次主推款克重在20g以上，消费购物门槛更高，目标客户更小众化、精英化，消费者购买需求更刚性、购物抉择更加理性。

**营销目标**

**KPI：总曝光2400万，总互动14万**

持续沟通「佛佑生肖」的各种使用场景，打造佛佑兔生肖爆品，强化梦金园=祈祥纳福的消费者印象，全方位多场景打造佛佑生肖系列爆款礼物氛围。突出梦金园产品高纯度的特点，将梦金园精工金饰专家的品牌定位，传递给普通消费者。

**策略与创意**

**传播策略：**

聚焦30+男女，在所有送礼的场景仪式感中表达“吉运文化”，重复洗脑【梦金园黄金=吉运礼】基于场景需求，锚定三大人群：本命年自戴人群、长辈/晚辈/夫妻/情侣送礼需求人群、对黄金感兴趣爱好者，输出消费场景内容。主打亮点：转动设计，转动带来好运。



1. 以高纯度+精工金饰+民族文化，持续沟通送礼场景
2. 建立用户认知，打造佛佑兔生肖爆品
3. 结合对应圈层达人 精准传播种草，挖掘30+女性消费者最关注的领域场景，进行精准传播种草，最大限度抓住消费者眼球。

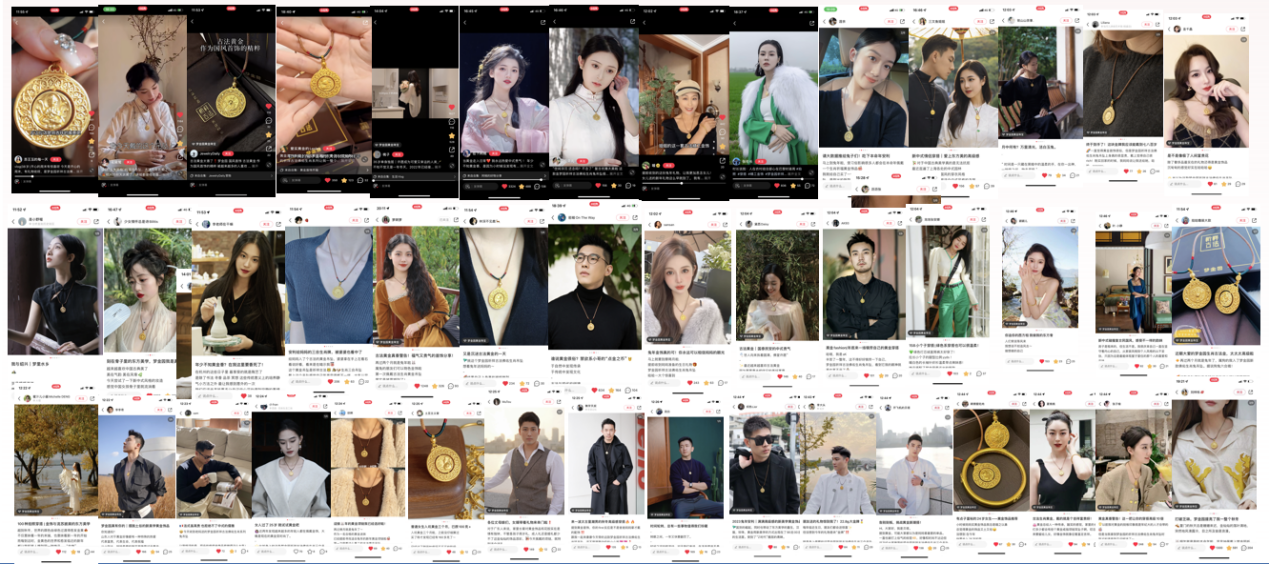
**创意亮点：**

1. 创新形式惊喜出圈，流行rap结合国风曲调编写品牌专属歌曲，开启#祈祥古法金转梦圆 抖音话题挑战赛，**玩转洗脑神曲**，获得2421万超高话题播放量！累计近300个原创视频参与品牌话题挑战！
2. **再度合作百万级情感博主**@最美空姐蒋胖胖、首次合作百万粉丝京剧演员@果小菁，以走心剧情及国粹的相结合引发消费者的情感共鸣，赋予品牌深厚的文化魅力。
3. 携手多位绝美**古风博主**搭配祈祥古法产品惊艳出圈，传递品牌的东方文化底蕴。
4. 明星**吴瑾言、蓝盈莹**佩戴产品拍摄**时尚杂志大片**，借助其影响力，在全渠道强势曝光。
5. 打通线上线下沟通壁垒，实现**营销闭环**：抖音探店达人承接话题热度，引流门店精准转化，小红书达人笔记引流薯店和天猫旗舰店完成流量收割。

**执行过程/媒体表现**

**小红书平台：**

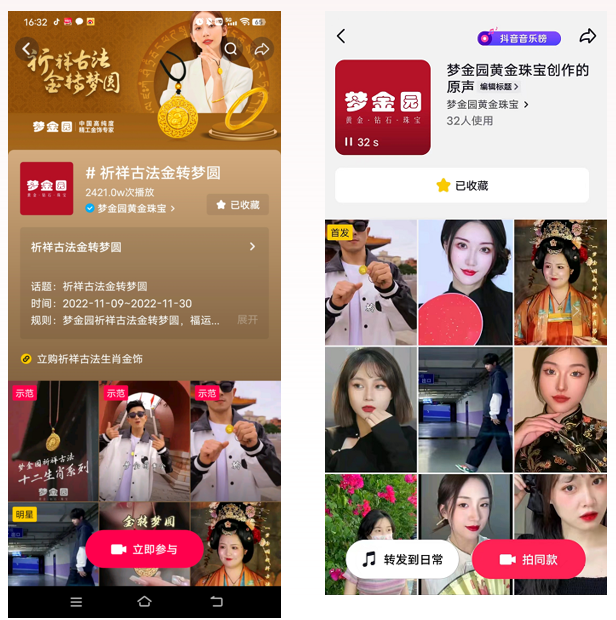
1. 通过不同送礼场景切入30+人群，宣传梦金园古法黄金，强化祈福纳祥的消费者印象。
2. 携手多位绝美古风博主搭配祈祥古法产品惊艳出圈，传递品牌的东方文化底蕴。



**抖音平台：**

1. 创新内容形式，流行rap结合国风曲调编写品牌专属歌曲《转个运》，开启话题挑战赛，玩转洗脑神曲。

创意rap视频链接： <https://v.douyin.com/kUSoF9d/>



1. 以走心视频与消费者深度沟通，结合金转梦圆的主题，让黄金传递情感，传承文化祝福。

走心视频链接：<https://v.douyin.com/kUSsUp8/>



1. 合作头部，再度合作百万级情感博主@最美空姐蒋胖胖、首次合作百万粉丝京剧演员@果小菁，以走心剧情及国粹的相结合引发消费者的情感共鸣，赋予品牌深厚的文化魅力。突出转运产品特性，选择变装博主，使用梦金园创作的原声rap音乐卡点变装。

最美空姐蒋胖胖链接： <https://v.douyin.com/kUAYuRC/>

果小菁链接： <https://v.douyin.com/kUAYGxs/>

正熙Vimber链接：<https://v.douyin.com/BjogVNN/>



**自媒体矩阵：**

1. 和知名明星合作，拍摄时尚大片及vlog，借助其影响力在全渠道强势曝光。



1. 打通线上线下沟通壁垒，实现营销闭环，通过koc和探店达人的口碑分享，沉淀用户口碑。小红书达人笔记引流薯店和天猫旗舰店完成流量收割。

**结案视频：**[**https://www.xinpianchang.com/a12422314**](https://www.xinpianchang.com/a12422314)

**营销效果与市场反馈**

**战役KPI达成**

* 全网总曝光近7000万，总互动量近60万；
* 抖音#祈祥古法金转梦圆#话题 总阅读量近3000万 ，互动52万，战役KPI翻倍达成；
* 小红书曝光739.12万，互动2.60万，千赞以上爆文数9篇。

**销售情况**

* 推广期间祈祥古法佛佑生肖系列总出货克重高达51600g；
* 天猫全店累计销售额近1214万，环比提升160.1%；
* 小红书署店全店累计销售额近6万，环比提升50.4%；
* 抖音小店全店累计销售额超214万，环比提升43.2%。

**品牌影响力大幅提升**

* 从10和11月品牌渗透率情况对比分析，梦金园从站内黄金类目排名20提升至12名，提升速度较快，超过谢瑞麟和老铺黄金；（数据采集自小红书商业化数据后台）
* 微博指数：推广期间，10.28吴谨言合作视频发布增加品牌曝光，10月30日“梦金园”微指数为90日内最高，环比增长3095.27% ，10月30日当天的指数却高于周大福；（数据采集自微博指数）
* 百度指数：推广前，“梦金园”搜索指数整体日均484；推广后，整体日均值为580。10.28吴谨言合作视频发布增加品牌曝光,10月31日搜索指数获流量高峰。资讯关注环比增长493%，10月28日获得关注高峰；（数据采集自百度指数）
* 微信指数：打通新媒体平台的传播闭环，实现微信渠道流量暴增11月6号蒋胖胖合作视频发布，11月7日整体指数值日环比增长198.05%。（数据采集自微信指数）