

美赞臣学优力社区场景化营销

- **品牌名称：**美赞臣学优力
- **所属行业：**母婴类
- **执行时间：**2023.10
- **参选类别：**效果营销类

- **营销背景**

美赞臣学优力，面对市场竞争异常激烈的众多同品类儿童营养产品中，急需迅速打开市场，扩大产品曝光，提升用户对品牌认知度，需要采取一系列创新的营销策略。

- **营销目标**

针对社区人群，通过线上线下联通的手段，迅速建立目标用户对品牌的认知及信任，并带动销售。

市场环境

当前，中国儿童奶粉市场竞争激烈、品牌众多。消费者对于儿童奶粉的选择越来越注重品质、品牌和口碑。因此，我们帮助美赞臣学优力抓住市场机遇，通过精准的市场手段和创新的营销策略，围绕社区新零售迅速打开一片新市场。

消费心理洞察

中高端业主消费人群对于儿童的营养健康尤为关注，他们更倾向于选择专业、高品质的儿童成长奶粉。同时，他们也注重购买体验和服务，希望获得便捷、无忧的购物体验。应针对这一消费心理，我们为美赞臣学优力制定相应的营销策略。

营销策略

1、社区场景投放

利用社区内的各类场景，如楼栋门展、社区活动等，展示美赞臣学优力的品牌形象和产品特点。通过美赞臣学优力海报的展示内容，吸引目标人群的关注，增加品牌曝光度。

2、物业合作

与物业紧密合作，利用其资源和渠道优势，打造产品的差异化销售通路。通过线上私域（管家/社群）和物业APP广告等手段，形成以物业为核心的网格化传播矩阵，确保信息的高效传递。

3、社区活动与体验

组织各类社区活动，如亲子互动、现场展示等，让目标人群在轻松愉快的氛围中了解美赞臣学优力的产品特点。同时，通过媒介场景曝光和社文活动体验，提高品牌知名度和好感度。

4、管家送货上门与无忧售后，促进销量提升

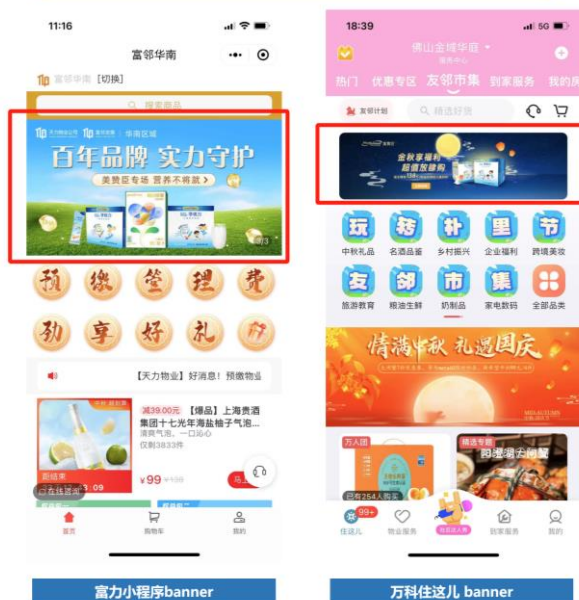
提供便捷的购买渠道和售后服务，让消费者在社区内就能轻松购买到美赞臣学优力产品。同时，通过管家送货上门和无忧售后的服务，增强消费者对品牌的信任感。结合针对社区用户的促销政策，达成最终转化。

线上发布

管家微信朋友圈



物业APP/小程序上刊

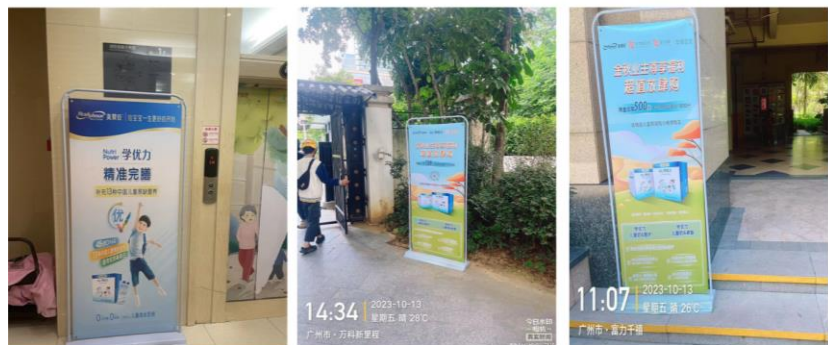


社群发布展示



- 线下展示及活动

门型展架展示



佛山万科广场

万科新里程

富力千禧

小社文活动展示



万科东荟城



万科金色梦想

依靠有趣互动科技全国10000多个社区的线下资源，本次营销动作通过在**150个小区**线上线下的广告推广，美赞臣学优力广告内容共触达社区**精准用户250万人次**，达成**销售转化500多万元**。共有**3000多位**物业管家参与了本次推广，发布了**3000多条朋友圈广告**，以及在近**3000个用户社群**发布种草内容。同时，联合**30个小区的社文活动**进行了线下的推广。