

美好如歌·胡歌得力全球品牌代言人官宣

- **品牌名称:** 得力集团
- **所属行业:** 快消
- **执行时间:** 2023.07.26-08.23
- **参选类别:** 明星/达人营销类

项目背景

7月28日，得力集团将正式官宣其全球品牌代言人——实力派国民演员胡歌，携手谱写“为美好而创新，让工作学习更得力”的品牌新篇章。

作为得力品牌全球化战略布局和进程的关键一环，此次与胡歌合作，将进一步巩固得力在文教行业第一的品牌地位，提升全球品牌影响力。

同时，胡歌倾情演绎的首支品牌TVC也同步上线，拉开品牌线上线多渠道代言人营销推广的序幕，共同推动品牌转型升级。

传播难点

- 1、传统明星官宣核心触达星粉群体，如何集中引爆热点并打造热点涟漪效应，提升全网对品牌的关注、互动，实现品牌官方背书和行业价值占位？
- 2、传统明星官宣易高声量浅认知，热议圈层局限，如何突破圈层认知壁垒，实现全民对品牌的认知渗透？
- 3、传统明星官宣热度维持时间短，如何实现全网用户的长效扩充、留存和转化？

实现平台价值 官宣引爆

打造全网皆知的明星
官宣事件，实现星粉
高转化、粉丝长效留
存和持续活跃

实现市场价值 心智渗透

结合品牌文创科技型产
业集团的战略定位，构
建多维内容触点，打破
圈层认知壁垒，实现全
民认知和品牌市场价值
占位

实现营销价值 闭环构建

实现从明星热点到品
牌联想实现心智闭环
和从公域热议到私域
转化实现流量闭环

以“故事化+社交化+场景化”的融合式宣发，打破了明星官宣的“纯流量”玩法，让用户在TVC故事中感受得力品牌的行业地位及影响力，在社交话题中热议品牌“美好、科技、创新”的理念感知，在兴趣场景中种草得力产品。

故事化

官宣TVC素材搭载运营话题#美好如歌#上线微博开机、大视窗资源聚合大众视线，紧密关联胡歌与得力的“美好”特性，带动社交情绪，高声量讲述专属得力的“美好故事”。

社交化

借势微博舆论场打造热点话题，联动娱乐、新闻、种草媒体矩阵共同发声，多话题流量互导，根据预热-引爆-发酵-延续的内容铺排逐步获得用户信任并加入围观热议、助力用户口碑及转化。

场景化

线上线下联动，锁定明星粉丝人群、品牌粉丝、品牌兴趣人群，洞察TA用户的易感内容、圈层热点将产品利益点进行场景化种草。

1、多垂类话题打造：新闻阵地+娱乐阵地+社交阵地

- **官宣话题#胡歌得力全球品牌代言人#**，围绕胡歌代言事件、得力全球化战略布局和文创科技型企业转型事件进行新闻报导，让得力“国民”度再上一层楼
- **娱乐话题#胡歌声音感染力#**点燃粉丝应援激情，以官宣TVC为核心物料进行传播，从明星粉丝到吃瓜群众带动品牌事件热度攀升。
- **社交话题#当代年轻人的办公仪式感#**通过洞察当下年轻人群的办公痛点，引导网友分享办公场景和好物、传递美好办公情绪。



2、多内容生态建设：品牌+垂类+电商+用户

- 品牌官方微博从悬念预热、正式官宣到互动延续组合多种玩法**调动星粉积极性**，有序铺排明星物料、品牌活动及多元素材释放美好理念；
- 20+区域媒体、15+大账号、30+媒体展开流量和声量的集中覆盖，**引爆破圈效应**；
- 巧借代言人热度实现京东超品日电商引流，搭载企划IP#好物进化论#**种草得力好物**；
- 4469+用户参与线上星选互动，线下大屏打卡美好胡歌海报，持续通过高频率、多渠道、立体化的传播矩阵**触达广大消费**。



3、多资源组合高效拦截热点流量

以**广曝光-精触达-强绑定**的高效资源组合形式打造事件的热点涟漪效应，实现营销价值最大化。



热度破圈

品牌官宣当日声量
提振**127%**

官宣后平均声量同
比官宣前平均声量
增长**5倍**

认知占位

品牌与美好、科技、
创新等理念相关认
知及讨论占比提升
278%

用户口碑

品牌正面声量占
事件全网声量的
89%

用户转化

官方微博新增粉丝
2万+

品牌新增粉丝人群
扩容**1156%**