

# “5H营销方法论” 创新大剧营销，优益C热度藏不住

- **品牌名称：**优益C
- **所属行业：**乳酸菌行业
- **执行时间：**2023.06-08
- **参选类别：**明星/达人营销类

## 案例视频

片头标板

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjM1NzY0NTE0OA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjM1NzY0NTE0OA==.html)

心动压屏条

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjM1NzYzNTgyNA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjM1NzYzNTgyNA==.html)

## 1、品牌营销背景：借势代言人热度强势能，优益C持续发力年轻消费者沟通

全民健康意识觉醒的当下，国民益生菌品牌优益C迎来发展黄金期，优益C希望通过年轻、有趣的方式与新一代消费者在更大范围进行沟通与互动。2023年，优益C签约品牌全新代言人赵露思，围绕代言人营销激活品牌传播势能，持续扩大在年轻消费者中的影响力，成为优益C的核心诉求。

## 2、文娱行业背景：好内容推动大剧市场繁荣，大剧营销加速迈入“流量窗口期”

2023年，爆款大剧频频刷屏，大剧营销以高确定性、高回报率成为众多快消品牌的必争之地，这也推动大剧市场进一步繁荣。同时以赵露思为代表的新生代演员凭借着口碑大剧热播，在年轻粉丝中的影响力也快速提升，成为扛剧担当。

**目标1：最大化发挥代言人赵露思的粉丝势能，激发明星粉丝向品牌粉丝流转，提升优益C在赵露思粉丝&年轻人中的影响力及好感度；**

**目标2：创新大剧营销链路，围绕年轻用户的追剧新习惯、新趋势出发，最大化品牌沟通触点，趣味化粉丝互动机制，打造独具优益C特色的营销玩法。**

## 用户洞察：用户追剧更具主动性参与感，情感链接从剧内延伸至剧外

经研究，优酷发现年轻一代用户在观剧过程中有着非常显著的群体性特征。

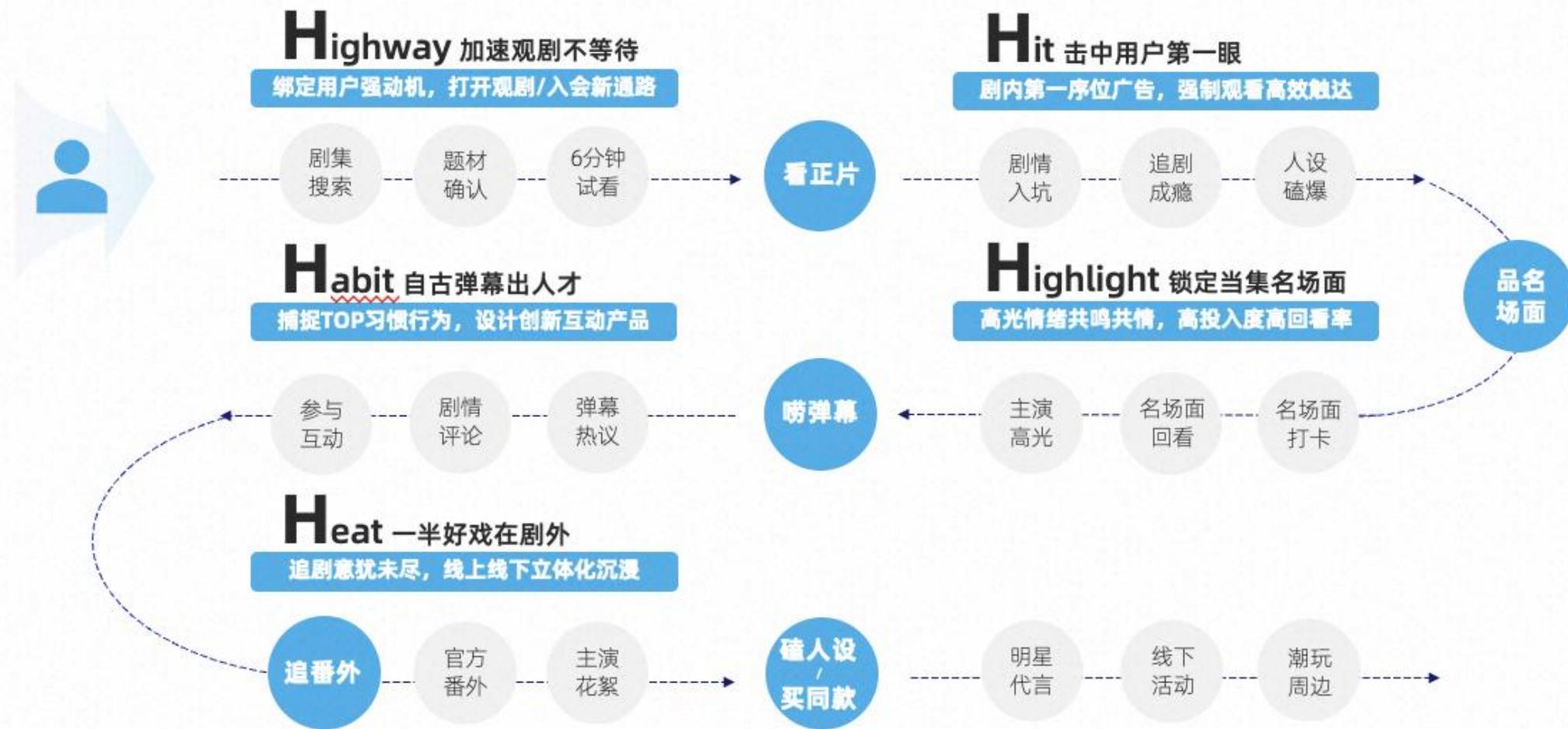
在追剧行为上，他们更具有主动性和参与感，看正片、追花絮、唠弹幕已经成为追剧标配；

在观剧心理上，从嗑人设到追星再到品名场面，不断从剧中挖掘快乐多巴胺。

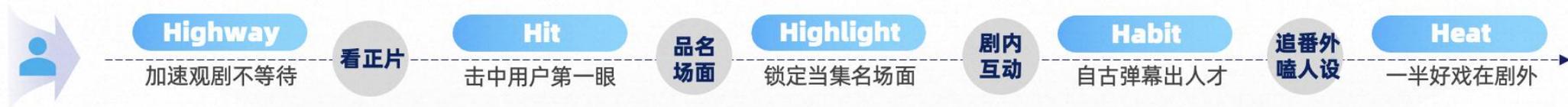
年轻用户追剧的卷入度正在达到了前所未有的阶段，这种投入从剧中延伸到剧外，从线上延展到现在，呈现更加立体、全面、长链路的特征。



# 提取粉丝观剧链路高热触点，打造优酷x优益C大剧营销“5H”方法论



# 以品牌代言人为核心，激活5H大剧创新营销链路，引领大剧营销新趋势



锁定粉丝追剧高热触点激发**流量**

聚焦明星见面会激活全链路**留量**

**Hit**  
同频

「第一序位广告高效触达」



品牌标板

**Highlight**  
同乐

「高光情绪共鸣深度沉浸」



心动压屏条 & 名场面



**Habit**  
同好

「官方运营卷入式互动」



官方运营活动

**Heat**  
同场

「面对面追星立体化沉浸」



会员福利 & 赵露思见面会

「影响力UP」

「好感度UP」

「粉丝量UP」

「销量UP」

## Hit-同频

## 【Hit击中用户第一眼】抢占剧内高顺位广告，强势捕捉粉丝注意力

剧集开篇，优益C以亚太区品牌代言人，同时也是剧内女主角“桑稚”扮演者赵露思演绎品牌标版绑定注意力最高点，一秒带入粉丝情绪，高效传播“餐餐优益C，天天肠活动”的产品功能，实现品牌惊喜“种草”；同时，传达见面会活动相关信息，激发粉丝参与欲。



女主开篇种草，粉丝情绪一秒带入，惊喜加倍GET满满活力（视频可点击）

Highlight-同乐

## 【Highlight锁定当集名场面】聚焦名场面情绪高点，提升粉丝好感“藏不住”

锁定名场面，创新互动让嗑糖体验满格！优益C深度绑定男女主情感大事件，锁定粉丝“嗨点”，通过具体剧情互动实现视觉+触觉的感官全调动，让心跳加码。名场面到来前夕，右下角会自动弹出优益C“见证幸福瞬间”的温情提示，实现品牌信息高曝光；名场面时刻，粉丝可以连击右下角的优益C专属按钮让粉色气球特效铺满屏幕，尽情溢出欢呼，一方面在撒糖时刻高效抢镜，另一方面融合优益C芭乐口味新品主色调，强化品牌记忆。

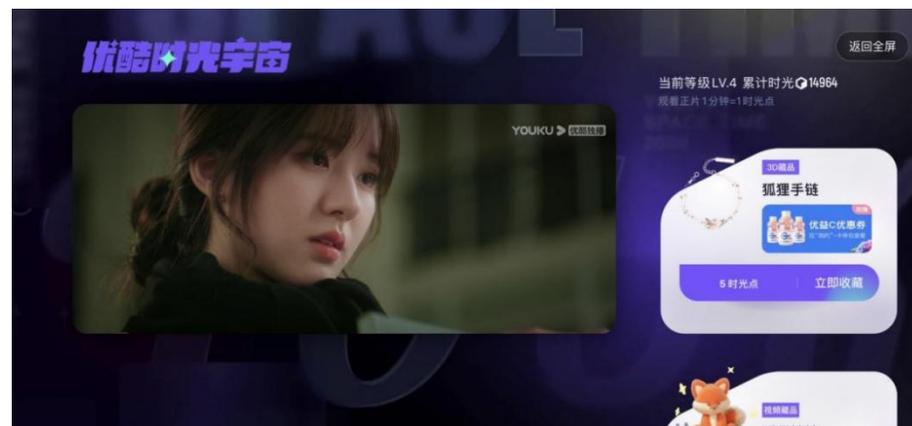


优益C名场面助力，创新互动让嗑糖体验感满格

## Highlight-同乐

**【Highlight锁定当集名场面】聚焦名场面情绪高点，提升粉丝好感“藏不住”**

3D藏品点燃粉丝收藏欲，宠粉红包精准派送。为呼应剧情节奏，激活粉丝热情，优益C还联合优酷推出“狐狸手链”等相关3D藏品，卡点剧集中“狐狸手链”信物出现的相关名场面，在此强共鸣、强动机时刻，画面左下角弹出优益C的专属压屏条，邀请粉丝一键领取藏品+品牌优惠券，并可以以最短链路一键购买同款优益C，实现强福利强流转。据统计，该款3D藏品的用户收藏量高达7.7W+，创造平台现偶剧集3D藏品领取之最！



3D藏品点燃粉丝收藏欲，优益C宠粉红包精准派送

## Habit-同好

**【Habit自古弹幕出人才】品牌弹幕共嗨共情，心动时刻沉浸感拉满**

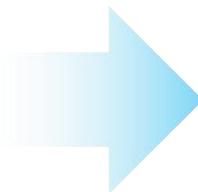
优益C以超强沉浸式交互与粉丝一起嗑糖，通过压屏条+品牌弹幕+震动的全新体验实现用户视觉+触觉的感官全调动，在超强的氛围感下与粉丝共嗨共情。当用户点击压屏条时，即刻跳转至优益C活动主题页，展现优益C赵露思广州见面会相关讯息，激发粉丝高频互动。



Heat-同场

# 【Heat一半好戏在剧外】会员活动首开合作，优益C定向宠粉好感满格

IP势能叠加明星热度，代言人见面会引爆粉丝热情。在《偷偷藏不住》热播期间，优益C携手优酷为会员打造“抽取优益C赵露思广州见面会”的专属福利，精准触达高净值会员的粉丝群体。活动开始后仅用10秒，优益C赵露思见面会门票即全部领空！优益C举办线下明星见面会，并同步线上直播，MAX化触达剧粉、明星粉，实现品牌和剧集热度、影响力的双向反哺。



## 1、现偶热度天花板，品牌传播破圈

《偷偷藏不住》开播仅30小时热度值破万，刷新现偶题材最快破万记录，开播后站内热度连续20天破万，整体播放量突破33亿，是2019年以来优酷现偶剧全段观剧用户规模、播放量之最。现象级热度带动品牌声量快速提升，硬广合作曝光近9亿，快速实现品牌声量爆发。

## 2、与年轻人玩在一起，创新互动频频创纪录

优益C聚焦剧内名场面互动，用户参与规模破3000万人次，打破了平台现偶剧集互动记录，藏品条更有超过7万名用户参与收藏并领取品牌优惠券，创造平台藏品领取记录！

## 3、沉浸式追星体验，线下见面会热度爆棚

赵露思线下见面会门票x优酷会员福利抽奖，仅仅用时10秒，见面会门票全部领空。