

# 维他奶燕麦奶 · 一口心动 Oat气满满

- **品牌名称:** 维他奶燕麦奶
- **所属行业:** 食品饮料
- **执行时间:** 2023.06.10-08.31
- **参选类别:** 种草营销类

# 01

## 营销背景&目标

---



## 维他奶-燕麦奶年度品牌焕新 想让TA感受到这样的VitaOat——

### “真心满满”

品牌秉承初心  
坚持为大众带来  
营养美味的植物蛋白饮品

### “能量满满”

精选黄金种植带燕麦奶  
补充日常营养  
助力饱满状态

### “体贴满满”

拓宽饮用场景  
早餐/下午茶.....  
随时随地都能喝到



自带走心基因

给予TA饱满精神状态 满足TA的情感期待

## 提升品牌形象

通过传播品牌主题活动，用感情  
内容营销提升消费者好感度

維他奶  
vitasoy



## 为生意赋能

开拓新的营销场景，为市场转化  
提供更多的增长可能性，赋能大  
促转化



# 02

## 策略与创意

---



## 营销洞察

**市面上用户对燕麦奶产品了解不深，且竞品投放内容单一**  
**找出差异化卖点拓展营销场景 为市场转化提供更多可能性！**

- 针对品牌理念，利用社媒上的热门话题，打造传播主题
- 打破单一饮食类场景，拓展更多营销场景与消费者建立有效沟通
- 利用大促节点强种草，助力生意转化



总是喊着欧气附体的当代年轻人，喜欢用哪些方式开启满满欧气？

融入年轻人生活，和维他燕麦奶一起享受  
「一口心动 oat气满满」！



传播主题

元气早餐开启欧气

宅家早餐/上班路上



下午茶开启欧气

下午茶/工作日摸鱼



运动健身开启欧气

户外/健身房运动



一口心动  
Oat气满满



早上喝健康+休闲下午茶+运动健身，贯穿都市人一天的健康生活方式，让维他燕麦奶成为开启“欧气满满”的最佳解法

## 借助社媒“欧气”的热点，推出“一口心动 Oat气满满”的传播主题 洞察创意性内容话题+线下联动推爆

### 日常曝光引爆

以多元场景及达人，高调性笔记展示“Oat气满满”状态，推动话题活动曝光

### 大促刺激参与

以强种草为传播重心，利用产品扫码抽奖赢欧气，噱头引导用户购买心智，推高活动参与度

### 线下联动转化

IP合作快闪联动，线上线下一引爆活动话题，推动产品曝光实现营销转化

KOL

平台

消费者



# 03

## 执行过程及媒体表现

---



# 整体执行: 开拓新营销场景, 联合小红书IP内容链接TA, 提升品牌好感度并联动线下赋能转化



1 渗透早餐/下午茶/轻运动场景  
为市场转化提供更多的增长可能性



2 联合IP打造产品饮用场景视觉化影片  
加深产品的用户心智, 进一步实现转化



3 线下快闪联动, 扩大品牌声量  
引流促销售



## 预热期--多元场景及达人，以高调性笔记推动话题活动曝光

欧气早餐

为你DIY元气燕麦奶

情侣/美食kol



欧气下午茶

户外野餐玩乐必备

精致生活/时尚kol



欧气运动

日常/运动健康生活方式

运动/办公kol



欧气纷玩time

自创/二创产品赢欧气

插画/二次元kol



## 引爆期--小红书平台IP合作，引爆活动话题

官号发布实验命题征集用户痛点



根据官号定位,  
结合早上喝健康+休闲下午茶+运动健身等

三大内容方向,  
定制官号薯全新形象

图一早餐/下午茶/运动相关场景+图二喝燕麦  
奶欧气场景

带话题#欧气满满的一天 发布笔记, 模仿官方薯的实验方式一起get满满欧气 (也可以自由发散哦!) 我们将综合选出10位用户送出品牌礼品一份~









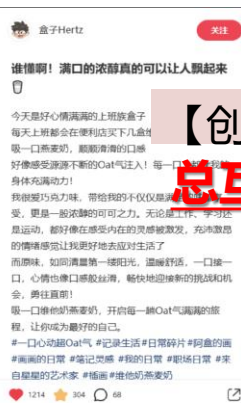
# 04

## 营销效果与市场反馈

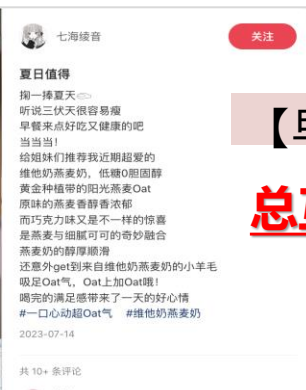
---



# 多样优质内容输出，整体爆文达**45%**，达成总曝光**1700w+** 强效曝光提升用户感知，实现品牌破圈



**【创意diy产出】**  
**总互动1.7K+**



**【早餐打卡】**  
**总互动6K+**



**【办公日常】**  
**总互动2w+**



**【运动vlog】**  
**总互动1.8w+**



## 整体 **互动率达5%以上**，高于行业均值 (行业均值4.6%) 有效营造爆款氛围，引导种草为生意转化赋能



词云有效焕新，燕麦奶产品词搜索增长**153%**  
有效提升品牌形象及口碑，实现品效双收！

关键词	笔记篇数	占比	
燕麦奶	1,840	15.39%	<b>+153%</b>
维他奶	1,748	14.62%	<b>+117%</b>
心动	1,130	9.45%	<b>话题词条上榜</b>
OAT	1,113	9.31%	<b>品牌词占比提升</b>