

京东买药双11爆款视频《活力保质期刷新指南》

- **品牌名称：**京东买药
- **所属行业：**互联网平台及服务类
- **执行时间：**2024.10.14-11.13
- **参选类别：**视频内容营销类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://www.xinpianchang.com/a13207192>

双11作为年度三大S级大促之一，通过“**又好又便宜**”的品牌主张，狙击友商，夯实低价心智，抢夺市场份额。

品类**风格**待突破

健康行业的品牌传播，一直以来多以严肃、情感向风格为主，在大促期间较难形成用户关注。

传播**形式**受局限

涉及药品广告，由于各项规章限制，在创意内容和媒介形式上都较为局限。

京东买药双11核心任务：借助KA心智爆品，透传双11利益点，建立低价心智，吸引用户进站购买

夯实京东买药双11 “**又好又便宜**” 的品牌心智，抢夺市场份额。

联合12 大知名爆品品牌

利用双11大促节点，充分结合健康品类头部KA品牌的核心爆品，从品类爆品出发持续吸引C端用户关注。

5 亿+C 端曝光人次

Social媒体平台传播，**分波次聚集性曝光**，形成用户认知，曝光目标5亿+。

多轮次透传平台心智

结合站内活动节奏，分波次**透传**京东买药双11爆品线，多个节点核心利益点，提升销售增速。

创意点 “抽象”

- 突破健康常规TVC创意风格，将严肃品类通过幽默的段子将三品一械爆品利益点放大，引发用户关注互动，吸引大量自来水账号转发。
- 充分挖掘用户需求场景，深度结合商品卖点，放大大脑洞，进行极度反转、幽默的创新型解读和演绎。
- 跳出传统模式，**创新型的魔性风格**，吸引眼球，结合社会化趣味话题，引发用户裂变传播。



微博

全程分6个波次进行爆品种草及利益点透传，核心物料大曝光资源快速进行信息透传，全程6个波次的话题及达人内容，围绕爆品打造系列爆品清单传播。

小红书

分两个波次进行爆品种草，结合单品用户属性，精准匹配达人，通过KFS位两个销售高峰蓄水。

微信

微信视频号，聚焦女性美容、母婴营养、职场等结合各个单品的用户人群类型的达人账号，进行视频号内容解读投放。

抖音

在以往传播形式的基础上，首次通过视频二创形式在抖音平台进行传播，巧妙避开了平台规则限制。



京东买药 便宜又放心 Swisse

活力保质期刷新指南

凌晨三点的工位上
打工人：肝完了！
肝：完了！

1件减30 2件减80

秒杀低至3折
单单返现 价保11.11

打开京东APP搜一搜



京东买药 便宜又放心 安视优 ACUVUE

活力保质期刷新指南

妈生眼就这么
水灵灵地
水灵灵
来了

四件低至
¥125/件

秒杀低至3折
单单返现 价保11.11

打开京东APP搜一搜



京东买药 便宜又放心 Centrum 善存

活力保质期刷新指南

从不定义女性
只为女性定制

跨店每满
300减50

秒杀低至3折
单单返现 价保11.11

打开京东APP搜一搜



京东买药 便宜又放心 Move Free

活力保质期刷新指南

自由的灵魂
当然要住在
更自在的
躯体里

跨店满减叠加总价

秒杀低至3折
单单返现 价保11.11

打开京东APP搜一搜



京东买药 便宜又放心

活力保质期刷新指南

不能张胆
但能明目

百补到手
188.9/6盒

抢神券 叠满300减100
单单返现 价保11.11

打开京东APP搜一搜

- 盘点招商及业务主推爆品，定制爆品魔性tvc及系列爆品清单，全程分**6个**波次进行爆品种草及利益点透传；
- 覆盖媒体包括**微博、微信、小红书、抖音**；
- 整体爆品线总曝光**6亿+**，总互动**537万**；
- 突破健康常规TVC创意风格，将严肃品类通过幽默的段子将三品一械爆品利益点放大，引发用户关注互动，吸引大量自来水账号转发到微信、B站；
- 创意物料获得**新片场、广告门、数英**等媒体收录，均获得首页推荐，并纷纷收录到编辑精选、周精选的榜单；
- 双11后还被广告狂人之类的行业账号收录到电商双11盘点的文章中；

