

苏醒明星合作——金领冠京东超市品牌日营销

- **品牌名称:** 伊利金领冠
- **所属行业:** 婴幼儿奶粉
- **执行时间:** 2024.03.15-03.19
- **参选类别:** 直播营销类

以“中国专利配方 宝宝超凡守护”为传播主题

邀请二胎奶爸苏醒作为品牌大使

借势京东超市品牌日资源

打造一场

超声量&超销量的营销活动

借势明星 提高声量

携手流量明星奶爸-苏醒，借势京东超市品牌日项目，输出金领冠品牌核心主张及产品卖点，引发下单转化

借势平台 拉动销量

借势平台营销流量，结合产品卖点，收割新客，助力销售爆发

#中国专利配方 宝宝超凡守护#

核 心 创 意

作为深受新一代宝爸宝妈喜爱的高流量、高话题度明星奶爸，引爆日当晚苏醒空降金领冠京东直播间，联合京东采销直播，发放超品日多重福利，内容干货满满、优惠福利丰厚、互动有料有梗，吸引众多粉丝进入直播间互动、下单。

传 播 策 略

借势京东超市品牌日，充分利用苏醒明星+奶爸的双重身份，与亿万妈妈建立情感上的沟通桥梁，渗透中国专利配方，给予宝宝超凡守护，为目标人群带来一场品质&性价比兼具的营销活动

话 题

#京东超市品牌日# 、 #中国专利配方 宝宝超凡守护#

预热期

3.15-3.17

爆发期

3.18

延续期

3.19

小红书深度种草
爆款礼盒+专属苏醒【守护】赠品预售



官微话题引流

活动海报

小红书深度种草礼盒

金领冠联合京东采销直播间
苏醒专场直播收割流量及销量



微博达人扩散声量

金领冠联合京东采销-苏醒直播

二次传播，口碑沉淀



种草平台二次传播

亮点1 借势明星奶爸苏醒的合作，带动目标群体参与互动，实现声销量爆发

借势苏醒在年轻宝妈圈层中的影响力，高度赋能品牌活动，巧妙将明星话题度转化为销售GMV



@苏醒AllenSu
博主已面对现实 今日起返回营业: 给大家推荐一款我给宝宝们选择的专利配方奶粉 @金领冠 珍护, 优选鲜活A2生牛乳, 首款超级三代OPO宝宝更易吸收, 并且临床实证喂养表现全面胜出! 有了它给宝宝的超凡守护, 我真的很放心😊3月18日跟我一起逛金领冠#京东超市品牌日#, 爆款一件8.8折 ... 展开



苏醒作为深受新一代宝爸宝妈喜爱的高流量、高话题度明星奶爸，有梗有才。此次伊利金领冠借势苏醒，苏醒微博ID曝光量达781.1w+，并由18位宝妈达人助力扩散1.4亿+目标人群，ID视频观看量266w+，转评赞超25.6w。

亮点2 金领冠联合京东采销直播，共同促成店内销售新高

京东母婴用品直播榜第1名，最大化发挥明星带货效应，撬动新用户转化、老用户复购



观看量206.2万+
互动点赞188.1万+



母婴用品第1名



京东阿超在线追星



联合2位京东采销趣味直播



联合2位京东采销趣味直播

亮点3 提前上线苏醒超萌镜子灯盲盒，与粉丝建立联系同时促进销售

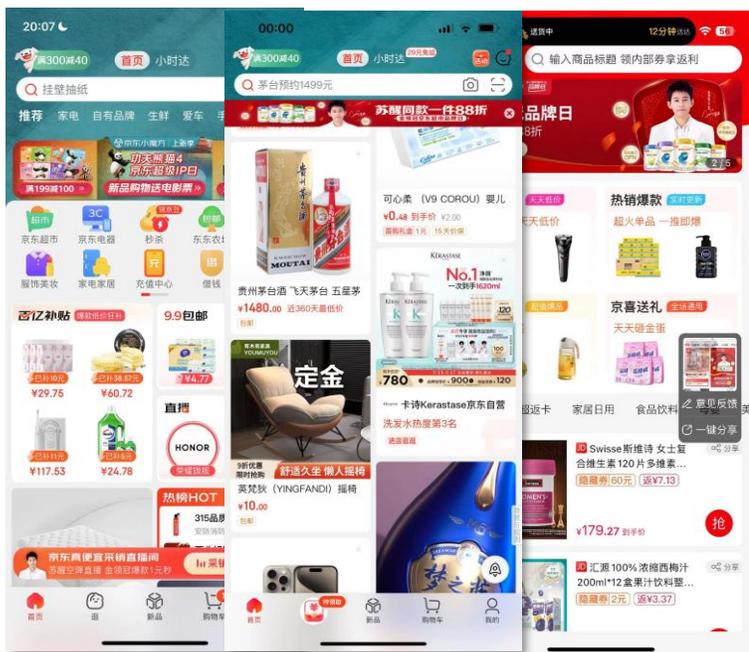
通过原创4种苏醒Q版形象，强贴合粉丝喜好并在粉丝群中扩大声量，从而促进销售



本次产品赠品为苏醒超萌镜子灯盲盒，贴合粉丝喜好共设计了4款Q版造型，分别是“舞台、自拍、露营、比心”四个姿势。并在项目预热期上线，提前与粉丝群体建立紧密联系的同时促进产品的销售；

亮点4 站内以战略资源加持，站外社媒矩阵联动，实现站内站外全域转化

借助京东站内资源，通过小红书深度种草&微博达人引流，触达更广泛的消费群体，总曝光2亿+



京东站内精准触达用户
带动直播销量爆发

微博集中扩散转发
强势引流站内，加速用户资产沉淀

小红书深度种草
持续激活用户增长潜力

店铺GMV
同比增长179%

直播观看量
206万+

站外传播曝光量
1.4亿+

传播期京东站内外
总曝光2.1亿+