

# #微珠一下 爽滑一夏# 飞利浦S7000剃须刀上市方案

- ◆ 广告主：飞利浦
- ◆ 所属行业：家电
- ◆ 执行时间：2018.07.05-08.15
- ◆ 参选类别：内容营销类

## 案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMzgzMTk4NjA4MA=.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1](http://v.youku.com/v_show/id_XMzgzMTk4NjA4MA=.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1)

或者  
扫一扫看视频



## 营销背景



### 品牌声量势弱

2017年，飞利浦理容产品的网络声量较2016年有所下降，提升品牌声量至关重要。



### 消费升级

随着消费升级的不断推进，越来越多的男士对剃须刀提出了更高的要求，保护皮肤成为决定剃须刀的一个重要影响因素。



### 世界杯

2018年世界杯风潮再起，即将开启一场男人的“狂欢月”，世界杯将成为近期最热门的话题。

## 营销目标



2018年，飞利浦推出全新S7000剃须刀，希望借此产品持续提升飞利浦的品牌偏好，巩固其在剃须市场的领导地位，进而刺激购买。

## 我们的挑战



**Philips S7000**

如何打造创意内容，将产品微珠舒适环带来的爽滑的剃须体验传递给消费者？



**FIFA WORLD CUP  
RUSSIA 2018**

如何借势2018世界杯，为品牌注入更多流量？

## 目标消费者&洞察



**TA:** 25-45岁，高收入，一、二线城市男性  
注重生活品质，有较强的护肤意识

### Insight :

夏季高温让新陈代谢加快，胡子长得比其他季节更快一些，所以夏季的剃须频率更高，加上夏季出汗多，导致皮肤粘腻等，更容易引起发红、不适等问题。

意识到自己在夏天剃须有不同于其他季节的需求，想要一款专门为夏天准备的剃须刀，但没有更好地选择。

## 核心策略

提炼产品主要利益点，浓缩成一句话  
通过创意内容不断放大这个强有力的信息，形成记忆点



**微珠一下，爽滑一夏**

## 创意

通过怎样的内容不断放大这个强有力的信息，制造记忆点？

**微博话题**  
#微珠一下，爽滑一夏#

围绕夏日“爽”事发起微博话题，号召网友讨论如何酷爽过一夏，知名KOL助力话题，冲顶热搜榜，引发全网关注

**世界杯  
创意海报**

创意海报形式绑定世界杯，以足球里各种违规动作诠释产品的带来的利益点，将世界杯话题热度导入微博

**果壳  
脑洞视频**

专业解读夏季剃须不适的真相，揭示微珠舒适环爽滑秘诀，如何通过微珠快速搞定“男”言之痛，爽滑过一夏。



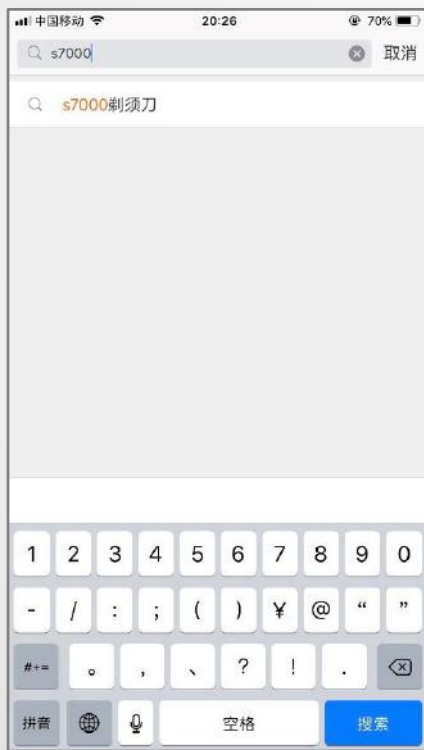
## 1. 发起一个可以全网参与的讨论专区：微博话题#微珠一下，爽滑一夏#

与网友共同讨论男人的夏天，怎么过才爽？畅聊夏日“爽”事，话题内植入产品信息，塑造提升品牌好感。



## 微博搜索栏预埋产品&话题相关关键词，增加话题入口，提升话题曝光量

S7000剃须刀



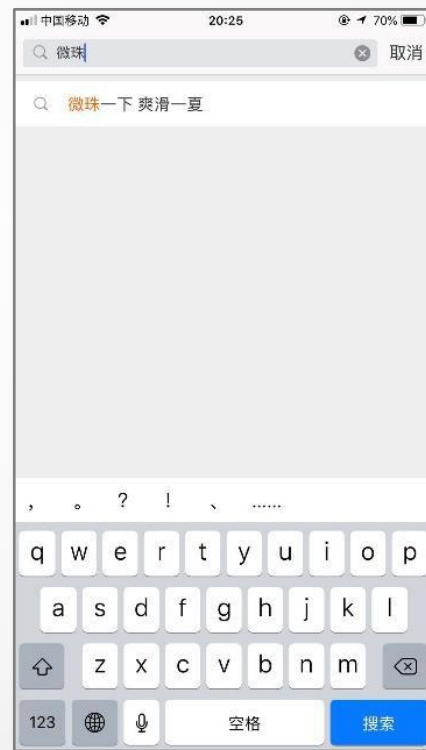
飞利浦剃须刀



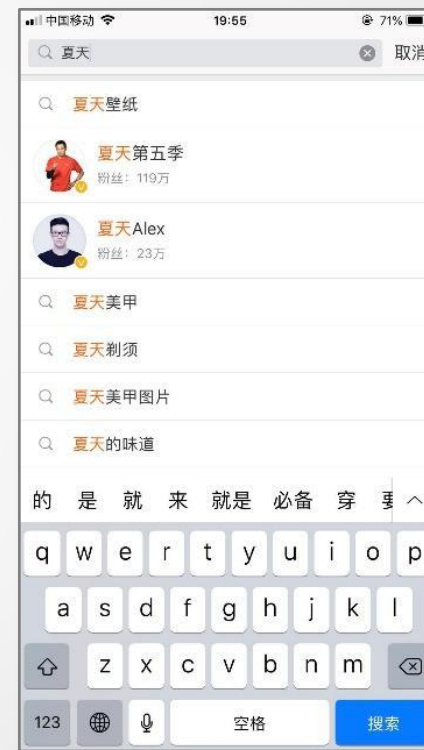
男士理容



微珠一下，爽滑一夏



夏天剃须



## KOL号召粉丝参与微博话题讨论，冲顶热门话题榜，引爆全网声量

知名KOL分别从回忆、穿搭、理容、足球等角度分享自己的夏日“爽”事，号召粉丝一起分享夏日“爽”事，掀起话题热度高潮，将话题冲上热门话题榜。



## 2. KOL参与微博话题讨论，借势世界杯热度发布世界杯主题创意海报

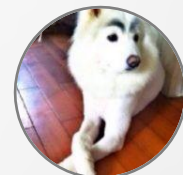
知名KOL参与#微珠一下，爽滑一夏#微博话题讨论（置顶），发布世界杯主题创意海报，将世界杯话题热度导入品牌话题页。



Happy张江



吉良先生



回忆专用小马甲



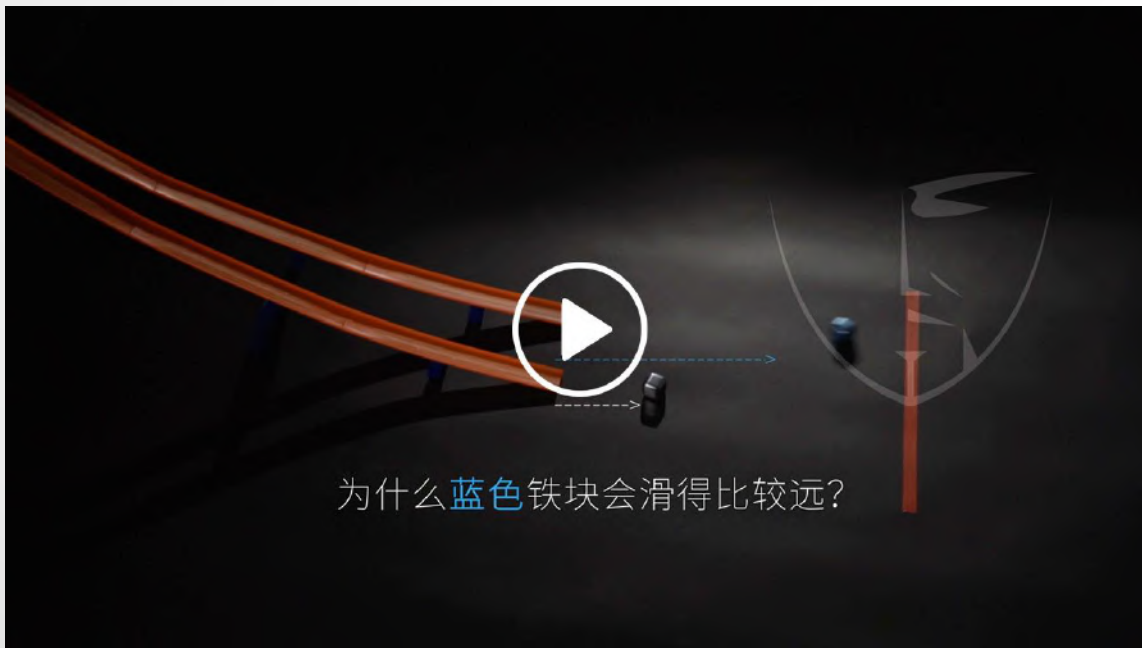
衣明惊人



科技新一

## 3. 与果壳合作一个创意脑洞实验，教授网友如何微珠一下，爽滑过一夏

与果壳合作一个创意脑洞实验，解读男士夏季剃须不适的真相，揭示飞利浦S7000剃须刀微珠舒适环爽滑的秘诀，教授网友如何过微珠一下，快速搞定“男”言之痛，爽滑过一夏。



Link to: <https://v.qq.com/x/page/x0741xdtwjo.html>

### 果壳、beebee星球、高奇奇、地球知识局、美丽也是技术活等KOL微信扩散video



视频信息流锁定目标人群，扩散果壳脑洞实验video，引发网友关注产品。

抖音信息流



爱奇艺信息流



优酷信息流



## 4. 资讯类信息流banner，号召网友借助微珠剃须刀，爽滑过一夏

凤凰新闻、新浪新闻、一点资讯、今日头条等资讯类信息流banner锁定目标人群，扩散产品上市，解读产品主要卖点，号召网友借助微珠剃须刀，爽滑过一夏。



The screenshot shows the Weibo search interface for the hashtag #微珠一下, 爽滑一夏#. At the top, the Weibo logo and search bar are visible. The search results show the hashtag with 16.03 million reads and 40,000 discussions. A featured tweet from user '回忆专用小马甲' is shown, along with a '话题主持人' (Topic Host) section featuring '潮流时尚创意设计师sunny' and a '热搜榜' (Hot Search List) with 7 items.

大家正在搜: 53岁也是爸爸的小宝贝

微博搜索 #微珠一下, 爽滑一夏#

#微珠一下, 爽滑一夏# 阅读1603万 讨论4万

综合 实时 热门 视频 图片

置顶

回忆专用小马甲

记忆的夏天: 汗T、冰棍、大风扇, 在途的夏天: 烧烤、啤酒、世界杯, 任凭斗转星移, 脱掉西装革履还是能一秒回到儿时的自在, 而阻止你的还有未刮干净的胡茬, 还不赶紧#微珠一下, 爽滑一夏#拒绝泛“红”和“摩擦”, 告别不必要的“拉扯”, 免除“刺激”享受生活的点滴快乐。夏天的除了激情外, 还有舒适的 ... 展开全文

7月10日13:19 转发人数超过1万 来自 微博weibo.com

收藏 转发 6722 评论 4592 6638

话题主持人

潮流时尚创意设计师sunny

+ 关注

热搜榜 更多 >

- 民法典各分编草案提请审议 热 141万
- 滴滴拒绝接受监管 热 135万
- 史上最帅打包小哥 荐 101万
- 张恒承认与郑爽恋情 热 71万
- 53岁也是爸爸的小宝贝 新 69万
- 18万遗产收归国有 新 63万
- 马思纯 热 45万

截止活动结束：  
微博话题阅读量: **1550W**  
微博话题讨论量: **4W+**



海报总阅读量**400W+**，转发量**2.5W+**



信息流总曝光：**36.5M+**，总点击：**403.3K+**

