

鲜语纯牛奶 《装嫩成风，鲜语成瘾》

- ◆ 广告主: 蒙牛现代牧业
- ◆ 所属行业: 快消
- ◆ 执行时间: 2017.09.12-10.18
- ◆ 参选类别: 短视频营销类

案例视频

http://www.iqiyi.com/w_19s0aznj1p.html#vfrm=16-1-1-1

或者
扫一扫看视频



一瓶全新纯牛奶的「网红」之路

现代牧业2017年全新推出鲜语纯牛奶，以“完美锁鲜”为主打卖点进行传播，希望引发更多年轻受众的关注



一组关于「牛奶」和「酸奶」的数据

2010-2016年间，中国市场酸奶份额飞速发展，销售额从330亿元增长至1010亿元

相比之下，而牛奶的销售额仅从670亿元增长至1100亿元

2017年，酸奶的市场销售额超越纯牛奶

如何？

在上市初期，在已成熟的品类里打造鲜语的品牌差异化？

让口味刁钻的年轻人愿意去尝试一款全新推出的纯牛奶？

在低迷的纯牛奶市场绝地反击，打败五花八门的竞争对手？



品牌人格化

以“锁鲜”的卖点为核心，打造**史上最**
会装嫩的网红纯牛奶

装嫩成风 鲜语成瘾

爆点话题

用“装嫩”为话题引发年轻网友的讨论，同时与产品卖点关联，突出“完美锁鲜”的特点

名嘴观点

明星脱口秀，邀请KOL胡建彪解读“装嫩”，输出品牌观点——嫩是装起来的，不是装出来的

独家IP

将“装嫩”进行到底，合作短视频栏目《说说而已》，魔性口播、硬广植入

第一阶段



装嫩成风

“STEP.1 爆点话题”

现代牧业定制主题

[装嫩也是很正常的行为，毕竟嫩是一时的，装嫩是一辈子的]

[你以为我想装吗，嫩不嫩我自己心里没点数？]

[我们的目标：像鲜语一样装嫩！]

发布跟贴专题
引发网民热潮

全民和鲜语一起装嫩

段子手来自民间

当装嫩成为一种style



“STEP.2 名嘴观点”

明星脱口秀，名嘴解读，引发热议
KOL胡建彪将“装嫩”这件事掰扯到底

真正的嫩应该是由内而外散发出来，将最嫩的心态锁在身体里，生活交往中周围人能够自然品出这种嫩。



输出品牌观点：**嫩是装起来的，不是装出来的**

第二阶段



鲜语成瘾

最能“装嫩”
的牛奶

最能“说”的
短视频

VS

《说说而已》

奇葩说原版人马打造，致力于怼醒网友的问答类短视频节目，口才担当聚首搞事，组成“怼人团”



“STEP.3 独家IP 《说说而已》”

坐拥全中国的“口才担当”

没有客套的赞美，

只有事件的冷静分析

我们没有热心肠，我们只有冷头脑

我们聊的不是八卦 是人性

我们看的不是热闹 是真相



让“最能装嫩”的鲜语 进入耳里，来到心里



正片内容

每周固定时段更新录制好的节目
一周两期，每期3-5分钟

+



花式产品植入

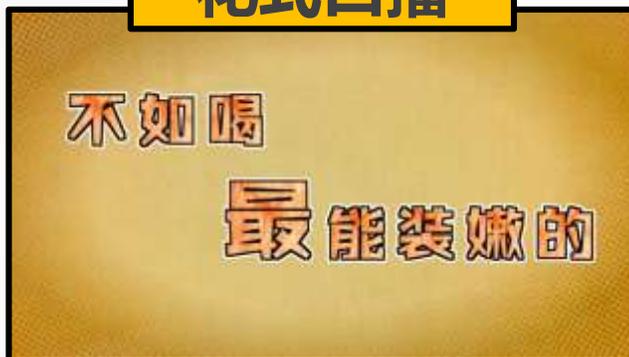
多种植入形式，“软硬”结合

花式植入，“软硬”结合

联合LOGO



花式口播



问题示意

男生对装嫩的看法

我就喜欢林志玲那样的女生,说话嗲嗲、皮肤嫩嫩的、可是我女朋友却说那些女生都是在装嫩,还是我脑子有病,请问我就喜欢装嫩的女生有错么?

问题定制



场景植入



女生对装嫩的困惑

少女心爆棚,看见粉色没有抵抗力,看见毛绒玩具就想买买买,拍照嘟嘴剪刀手,朋友都劝我老大不小了,别装嫩了,我这样做错了吗?

我们不只说说而已 装嫩一定喝喝鲜语

趣味图文超过3万条用户讨论，引发“装嫩”热议

媒体硬广曝光高达55亿次，共有千万+用户点击《说说而已》专题页面

项目上线期间，10期《说说而已》，累计播放量破亿
流量口碑，一路飙升！