

24小时鲜牛乳x知乎品牌共建

- ◆ 广告主：新希望乳业
- ◆ 所属行业：快速消费品
- ◆ 执行时间：2018.04.01-07.01
- ◆ 参选类别：内容营销类

24小时鲜牛乳面临严峻挑战

ONE

市场环境

TA不信任

2008年以来，由于奶业质量安全状况不稳定，又有境内外借机炒作，广大消费者对国产乳品消费信心低迷。

TWO

品类竞争

认知度低

常温奶霸占奶制品大半壁江山，未能正确认知低温奶的产品优势。

THREE

产品销量

销量平庸

较常温奶价格高，消费者对产品优势认知不足，导致整体产品销量不出彩。



携手打造推动中国乳制品行业升级大事件

整体营销策略

知识平台深度合作 建立专业产品背书

以育儿知识内容，打造全新产品包装，创造安全营养新鲜奶理念的体验式传播

认真专业的讨论氛围

有效提升国民对产品信任度

高价值目标人群触达

产品对核心受众产生认知影响

O2O整合营销方式

知识瓶身拉动整体产品销量

24小时鲜牛乳，学霸妈妈优质之选

成为妈妈后，每个她都蜕变成学霸，国家优质乳工程产品满足妈妈为孩子提供最优营养的需求

专业育儿知识传播
引发核心受众求知

知识融入包装
实现「屏瓶」互动

二次整合传播
持续内容扩散

如何科学建立产品正面印象？

如何连接线下使用场景，产生互动？

如何扩大营销声量？

Step 1

Step 2

Step 3





Top
Mobile
Awards

STEP 1 : 专业知识沉淀

媒介&执行

知乎和新希望共建8款专业育儿趣味知识

2个品牌提问+6篇原生文章+硬广推送

当妈后，有哪些尤为重视的育儿知识？

喝鲜奶，究竟是为了喝什么？

三步走帮助孩子摘掉「小病号」帽子

如何科学地「富养」孩子？



成长过程中，父母哪些「神操作」让你受益匪浅？

鲜奶有哪些美味的烹饪方法？

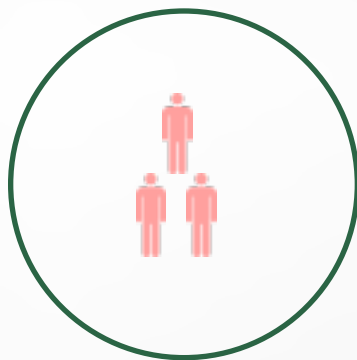
孩子总是半夜醒，我该怎么办？

以育儿知识唤醒目标用户强烈求知欲，形成链式传播



投放品牌广告

知乎推广8个专业育儿知识



唤醒种子用户

影响24小时鲜牛乳产品种子用户，以专业育儿知识获得用户信任



目标消费群

借助种子用户影响力扩散至知乎站内外更多消费者

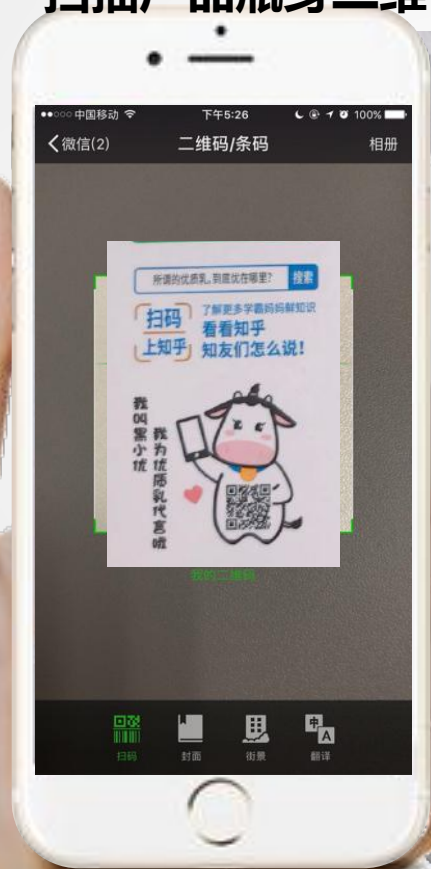
结合产品包装升级打造「24小时鲜牛乳知识瓶身」

将3个精选育儿知识二维码印刷在24小时鲜牛乳全新版产品包装上



随时随地扫描瓶身 获取来自知乎的专业育儿知识

扫描产品瓶身二维码，获得来自知乎的站内知识，了解24小时鲜牛乳的育儿产品知识。



新希望知识内容整合 全网多平台持续传播

知识内容趣味呈现 社媒传播触达广泛人群



走心H5整合站内传播内容，站内外持续传播

引起大众对「妈妈」群体共鸣，精准触达目标受众



系列手绘海报素材通过新希望官方微博发布

社交媒体资源推广，覆盖更广消费人群

优质内容线下输出 提升公关传播价值

知识内容趣味呈现 社媒传播触达广泛人群



知乎×新希望共建专业育儿知识线下传播

乳业年度大会传播，缔造公关传播素材

作为年轻一代的“C位之选”，新希望乳业的明星产品——“24小时鲜奶”消费者最关注的点就在于“只卖当天的好鲜奶”。城市周边的生态牧场确保了乳品可以在全冷链条件下，从挤出牛奶到产品下架，不超过24小时，让牧场与餐桌无缝连接。当然，在这看似简单的“24小时”承诺背后，是新希望乳业多年的“鲜战略”布局。通过中国优质乳工程认证的乳品，比肩欧盟标准。巴氏乳的低温灭菌方式在确保安全的同时，更能保留牛奶中的活性营养，保证内在的“新鲜”营养。

据专家组实验证明，新希望乳业“24小时鲜奶”的活性营养物质含量是一般鲜奶的三倍以上，在本届新鲜盛典上，这款“鲜奶爆品”还将发布升级版，在研发技术上攻克难关，在消费者体验上都将实现全新升级。



天然活性营养，Pick好牛奶的标准

2016年底，随着新希望乳业旗下雪兰乳业顺利成为全国首家优质乳工程过审企业，“中国好奶”标准正式诞生



20+网媒主动发稿及传播

媒体公关稿件推广，扩大营销影响力



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

新包装24小时新牛乳在各大商超销售

知乎×新希望 合作款区域销售量**1800万+**销售量



销量同比增长

20%

7大销售城市

成都，昆明，杭州，青岛，合肥，苏州，长沙

知乎站内推广，共建中国优质乳工程知识「新知」

学霸妈妈的优质之选

新希望24小时鲜牛乳「学霸妈妈优质之选」活动期间，8大专业育儿知识在知乎社区获得：



总曝光

71,734,146 次



总点击

875,796次



实际点击率超预期点击率

161.3%



内容整体互动量

9000+次