

优尼赋-阿尔卑斯恐龙奶营销战役

- ◆ **品牌名称:** 兰雀
- ◆ **所属行业:** 快消品
- ◆ **执行时间:** 2020.04.10-07.20
- ◆ **参选类别:** 效果类-品牌传播

儿童液态奶消费水平持续上升，有较大市场空间
儿童牛奶市场 品牌竞争激烈



澳牧儿童牛奶-原装进口高端奶



安佳儿童牛奶-成长之选



蒙牛未来星-致力于儿童营养

兰雀优尼赋儿童奶 初入中国市场

在竞争中脱颖而出，成为孩子喜欢父母信赖的儿童奶首选



兰雀优尼赋-树立网红人设

占概念|占心智|占通路



将恐龙优尼塑造为品牌IP

以孩子们喜爱恐龙视觉形象为立足点

“阿尔卑斯” 是对于兰雀优尼赋的高品质的诠释

强壮恐龙优尼赋能孩子健康成长

优尼赋为每个儿童 提供最高品质的奶品体验



优尼赋

树立网红IP

STEP 1

来自阿尔卑斯的“恐龙奶”

兰雀优尼赋
网红IP养成记

- 将有趣特色的恐龙形象塑造为优尼赋儿童奶系列IP
- 以IP发展为品牌成长期助力，赋能品牌价值

STEP 2

全链路社会化营销
精细化传播链路

完善的品牌IP运营

以恐龙IP为核心，打造从内容到收割的完整链路 完成品牌IP生态体系的变现模式



对消费者而言

为消费者提供了品质进口好奶新选择
让恐龙优尼IP成为孩子成长过程的好玩伴

对品牌而言

打造品牌IP传播新阵地
以IP形象提升品牌建设与口碑体验
强化消费者差异化认知，培养更多重视用户

PART 1 打造兰雀优尼赋品牌IP 占概念：赋予恐龙优尼IP品牌价值观

母婴与医生圈层顶级权威专家，多维度论证兰雀优尼赋牛奶品质，将“孩子要喝更纯的”品牌价值观融入IP形象中
以专家背书形式助力品牌深入妈妈人群，使恐龙IP成为妈妈信赖的好IP

优尼赋补钙首选


「小萝卜头」变「大块头」，这种营养一定要补够

原创 李昕 丁香医生 4月27日

全国各地的中小学都陆续地开学了。然而，小朋友的生活，却被改变了许多。

许多曾经的「小萝卜头」，经过3个多月的悉心养育，变成了骨骼健壮、面色红润、齿如齐贝的「大块头」。



 丁香医生
权威医学知识科普者

健康儿童食品


这种儿童食物越吃越健康，可以经常给娃吃

原创 2600万妈妈关注的 年糕妈妈 4月24日

当妈的在娃面前坚持底线实在太难了！

就说娃最爱的糖果雪糕巧克力吧，我们群里有些妈妈因为跟娃的“零食拉锯战”已经精分了：



 年糕妈妈
医学硕士育儿专家

儿童牛奶挑选指南

宝宝牛奶怎么选？看这三样就够了

儿科医生鲍秀兰 4月30日



01

如何让娃吃的安全放心，是很多宝妈的头等大事。牛奶作为宝宝最重要的口粮之一，选择起来更是慎重再慎重。很多宝爸宝妈表示在给宝买牛奶的道上，掉进了太多坑。

不过，市面上牛奶的种类层出不穷，给娃喝牛奶挑到头疼，如何给宝宝正确挑选牛奶呢？

其实很简单，好的牛奶，看这三样！

 一看配料表

 儿科医生鲍秀兰
育儿早教专业医师

优尼赋提升儿童免疫力

提高孩子免疫力没有“神药”，钟南山说做好这一点很关键


原创 若曦妈咪 6月3日

到了忽冷忽热的春天，妈妈们就情不自禁的开始焦虑。这期间可是疾病的高发期，稍不留神，家里的娃就很容易生病。

再加上这次新冠疫情肆虐，虽然国内已经得到了控制，但越来越多无症状感染者的出现，更是让妈妈们焦虑的心提到了嗓子眼儿。

很多妈妈纷纷在后台留言，都在问怎么才能保护好孩子，远离病毒。其实官方早就告诉我们了：最有效的药物，是人的免疫力。因此，提升孩子免疫力成了妈妈们最关心的话题之一。



 若曦妈咪
头部母婴育儿博主

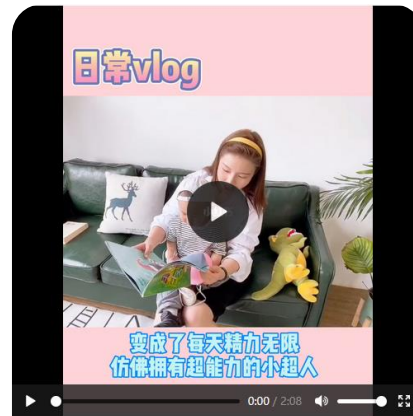
PART 2 打造兰雀优尼赋品牌IP 占心智：塑造恐龙优尼IP个性化特征

以明星/KOL/儿童综艺植入形式，塑造恐龙IP“纯真超能力”的个性化特征
让恐龙优尼成为孩子成长的好玩伴，解锁超能力释放无限可能

明星妈妈也在买 超能宝宝都在喝的恐龙奶



数十位母婴达人产品种草 kol发布开箱、测评、产品推荐等图文视频内容



带娃vlog 恐龙奶唤起宝贝纯真超能力

北京最近的天气真的越来越好了，卷卷每天八点多就起了

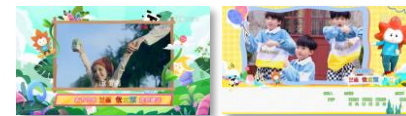
平时无论工作再忙，我也会每天抽出时间陪卷卷玩耍

小孩子成长的速度特别惊人，一转眼就从襁褓中的娃娃变成了每天精力无限，仿佛拥有超能力的小超人

最近家里的新成员就是，无论到哪儿都会带着的小恐龙们，还有他最爱喝的网红恐龙奶

植入全国首档儿童综艺 IP形象占领儿童心智

儿童节目快乐奇巴布 x 儿童牛奶兰雀优尼赋



季度冠名 28期深度植入

节目内冠名标板、口播提示条、产品使用、深度植入.....
节目外手机端、PC端、OTT端logo露出.....



PART 3 打造兰雀优尼赋品牌IP 占通路：常态化持续传播恐龙优尼IP形象

持续不断让恐龙优尼IP形象出现在孩子与家长的视野中
IP传播常态化输出，打通营销链路

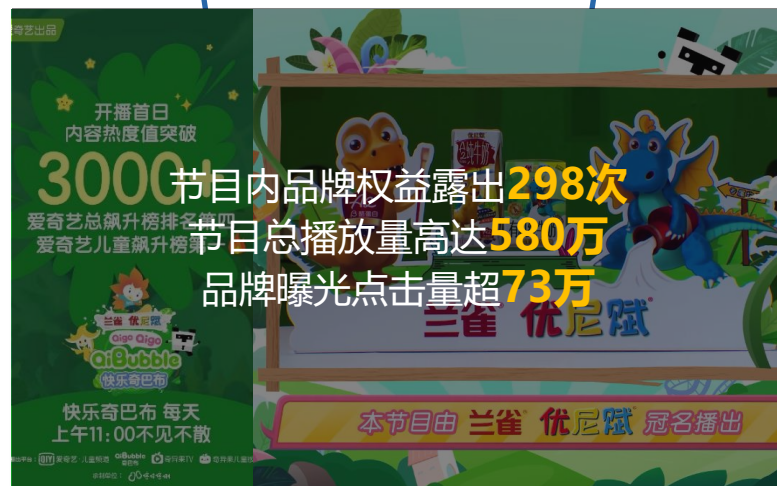


数据表现

媒体曝光
1247w+
曝光量



综艺植入
TOP4
爱奇艺总榜排名



销量攀升
TOP1
奶品销量排行

