



- ◆ **品牌方:** 汤臣倍健-life space
- ◆ **合作方:** 广州市汇嘉广告有限公司
- ◆ **参选类别:** 年度移动营销金牌搭档

7月回顾：精准人群触达，持续引爆B420热度，在过去一年的合作中，已是达成双方共赢的合作关系。然而，又在新的一轮合作中，已在今年让B420的热度持续不断，而B420的销售量更是火爆不断。

在投放期间，人群年龄呈年轻化增长，并不再局限于“养生族”。而汇嘉再助于“life space”冲破局限，扩大营销范围，并加大力度投放广告，让“life space”的范围加深于人们的视线，并在国外投放于广告，使“life space”进一步地跨入国际化。

合作时间 **2年**

合作规模 **月季百万级合作**

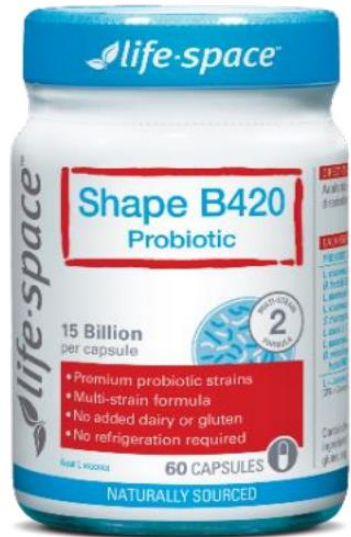
合作模式 **全新消费观念、整合传播、跨界营销**



聚焦现代女性第一大刚需： 轻松，易瘦！

小孩子才做取舍，
好身材、好吃的，我都想要
只要有任何轻松捷径，我都不想放过

life space®



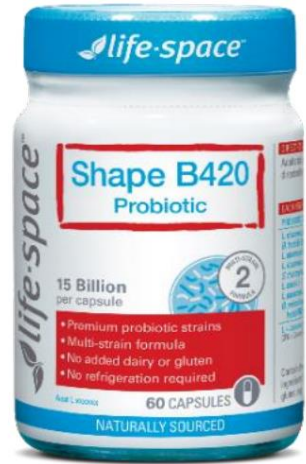
B420 产品心智定位升级

~~瘦子菌~~



易瘦菌

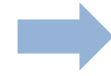
B420符合科学易瘦机理，形成独特竞争壁垒



B420可以促进消化和营养吸收

支持健康的身材管理

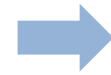
辅助支持健康的血糖平衡



益生菌功效



易瘦



易瘦的原理

- 易瘦的理论
- 产品卖点&功效
- 正确的产品使用方法

B420易瘦菌精准引爆策略：



专业科普定调、圈层扩散、多场景沟通



专业科普定调

科普易瘦正确理念



圈层扩散

达人资源矩阵对传播触点矩阵，到内容矩阵，需要配合及资源优化



多场景沟通

深挖细分目标人群需求，沟通产品亮点，全方位种草，打造真实口碑



人群策略：由“点”到“面”，助力不同促销节点爆发

精准到点

核心人群

明星+健身+营养圈



-  阅读总量：43.2w
-  阅读总量：82w
- 点赞：1.9w
- 点赞：1,079
- 评论：1,109
- 评论：401
- 收藏：4.5w
- 转发：368

潜力人群

时尚+娱乐圈



-  累计阅读数达 12,000,000+
-  阅读总量：16.2w
- 累计转发 5,089次
- 点赞：115
- 累计评论/点赞数为 945/8,599
- 评论：216

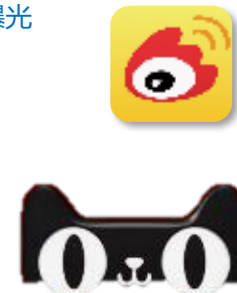
全面曝光

泛人群

信息流广告



-  微博信息流总曝光
- 1亿+
- 导流量达 146,879
- 到站UV 54,396



618大促：刘涛直播强化#易瘦菌#定位及机理，素材全网分发

视频素材全网分发

ROI 3.8



站内收割：海量达人图文+视频种草，直接转化

健身，时尚，生活 **三大KOL**种草产品及功效以及618活动力度，助推引流，累积人群标签



猜你喜欢



淘宝头条



达人微淘



视频投放



视频投放



达人图文

累计曝光 **936,000+** 累计进店 **73,000+** CPUV: **1.92**

7月精准累积人群标签：B站#健身#大咖周六野短视频植入带货

-坐拥全网1200W粉周六野引爆健身界流量圈层



7月精准累积人群标签：微博#营养#场景视频解释带货原理

- 国家一级营养师大咖解密科学瘦身吃法



李珈贤 “健康饮食+ B420科学减脂”
=易瘦体质的观点



- 阅读总量: 82w
- 点赞: 1,079
- 评论: 401
- 转发: 368



7月精准累积人群标签：微博#辣妈# #八卦#圈层带出话题场景

-一线中产白领KOL 陈大咖+ Hkchannel大号引领易瘦时尚风



**辣妈科学瘦身养成记：
“健康饮食+运动+ B420科学减脂”
=易瘦体质的观点**



- 阅读总量：20w+
- 点赞：115
- 评论：216



从潜力人群大曝光到核心人群，打造B420成体重管理圈层新宠

泛时尚圈
放大曝光

精准圈层
核心人群深耕

#健身# #营养#
#时尚# #辣妈#
#八卦#



B420第二阶段

实现三大升级，持续爆品之路的打造

心智升级



重新定义“易瘦体质”
通过专业达人提升产品公信力

人群升级



选择健身圈层深度种草
提升人群精准度
和人群年轻化

流量升级



通过精准人群进行有效曝光
在短时间内形成有效拉新



总曝光

1.2亿

总到店

95,851

总互动

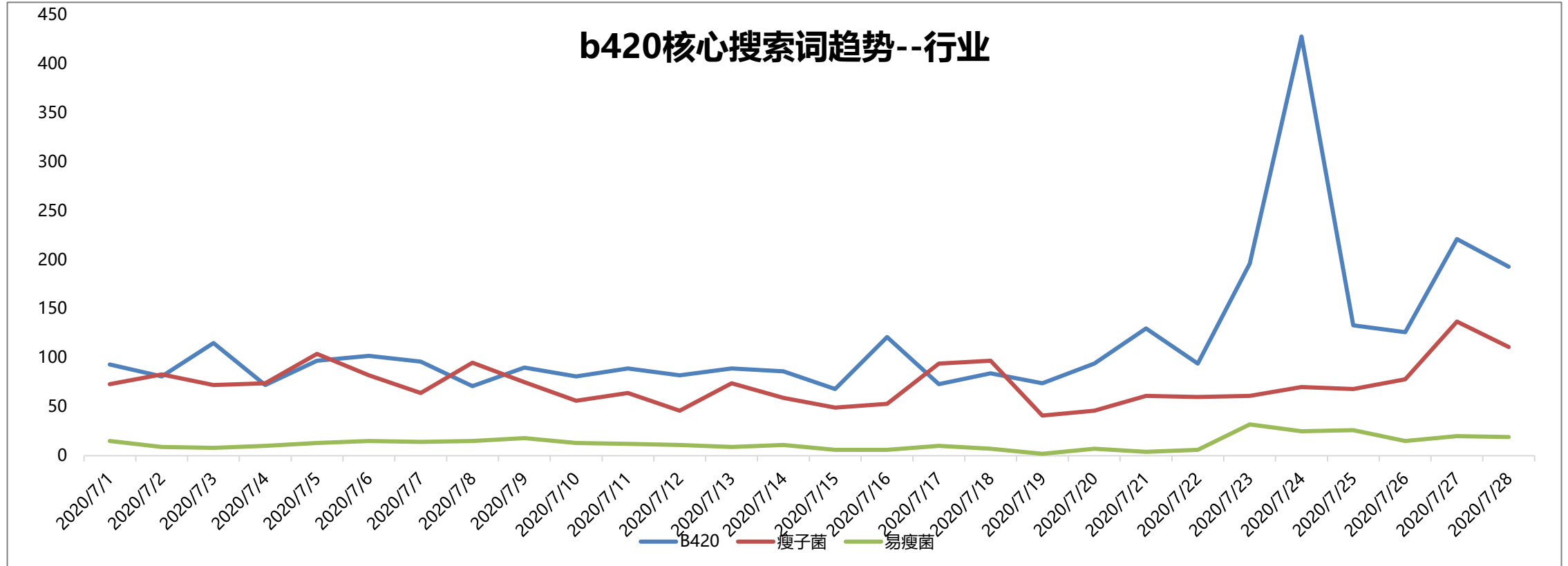
30,000 +

KPI汇总:

关键字搜索人气: B420单品关键词搜索量激增**7倍+**

单品链接流量: 纯站外引流65,692, 流量贡献**全月最高**

经过2个月的心智打造，“B420” “易瘦菌” 搜索热度均有较明显提升

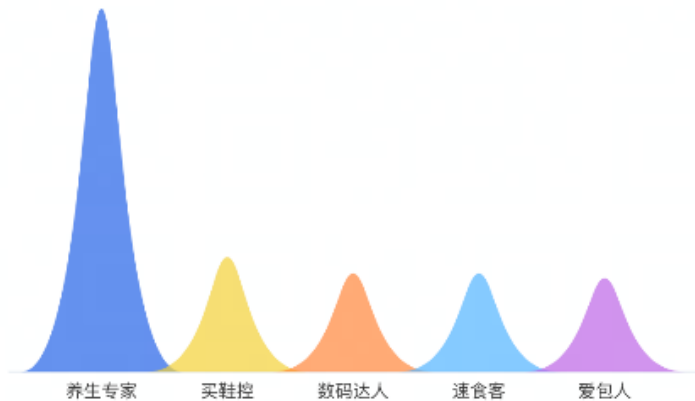


投放期间，人群年龄呈年轻化增长，且“时尚达人”增加，不再局限养生族

5月

养生族群为主，年龄层在**31-40岁**

兴趣爱好(偏好度)

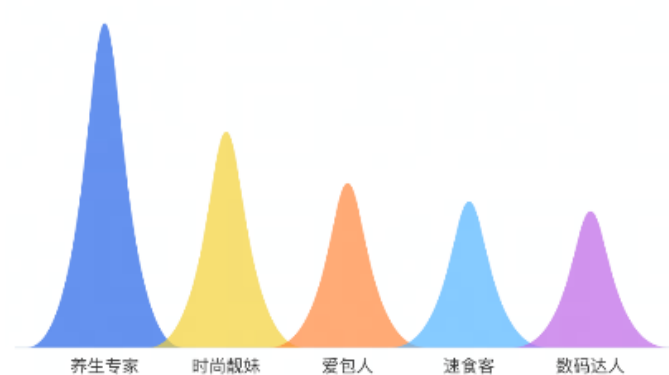


养生族群为主，年龄层在31-40岁为主，**有吃益生菌习惯，注重身材，时尚，注重颜值，保养**，购买人群以固有粉丝+新粉为主，**支付中养生一族为主力购买人群**

6月

新增时尚人群，年龄层在**18-40岁**

兴趣爱好(偏好度)

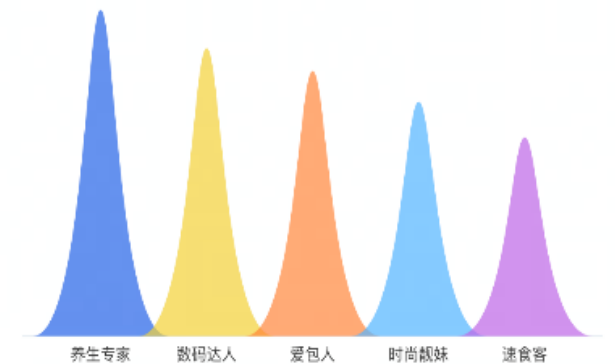


在5月累积基础上，**新客迅猛增加，时尚群体增加**，购买产品比例的受众群体开始呈多元化，不再局限养生族群，**购买群体开始呈年轻化增长**

7月

时尚群为主,年龄层在**18-40岁**

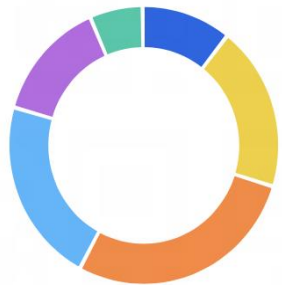
兴趣爱好(偏好度)



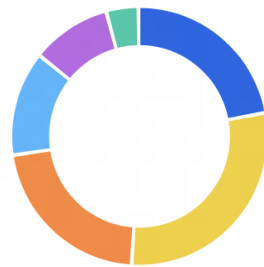
从7天的数据洞察发现，**目标受众群体继续保持年轻化增长，时尚达人增加**，购买产品比例的受众群体多元化增长

18-26岁核心群体翻倍增长，人群年轻化趋势明显

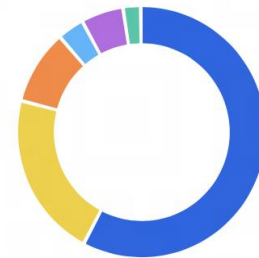
经过5月~7月明星+专家教育+圈层头部KOL推广群体，从养生族群扩展到时尚群体，女性年龄层从31-40岁扩展到18岁~40岁，人群呈年轻化增长，同时男性群体关注增长。



18-25岁	10.62%
26-30岁	19.23%
31-35岁	28.26%
36-40岁	21.66%
41-50岁	14.06%
51岁以上	6.17%



18-25岁	22.29%
26-30岁	29.15%
31-35岁	21.75%
36-40岁	13.04%
41-50岁	9.93%
51岁以上	3.84%

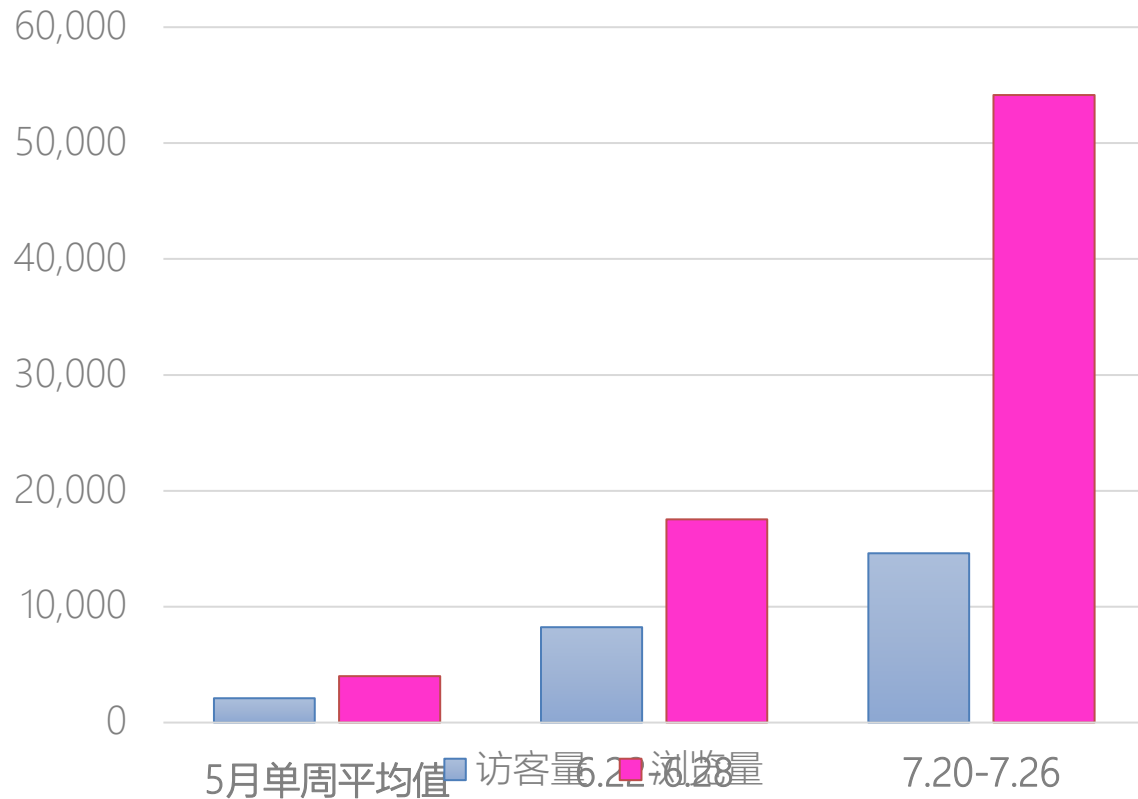


18-25岁	58.56%
26-30岁	21.37%
31-35岁	9.46%
36-40岁	3.25%
41-50岁	5.31%
51岁以上	2.05%

年龄层成功拓宽18岁~26岁核心消费力群体,年龄跨度翻倍式增长

投放期间站外流量占比最高，后618时代拉动7月流量高峰

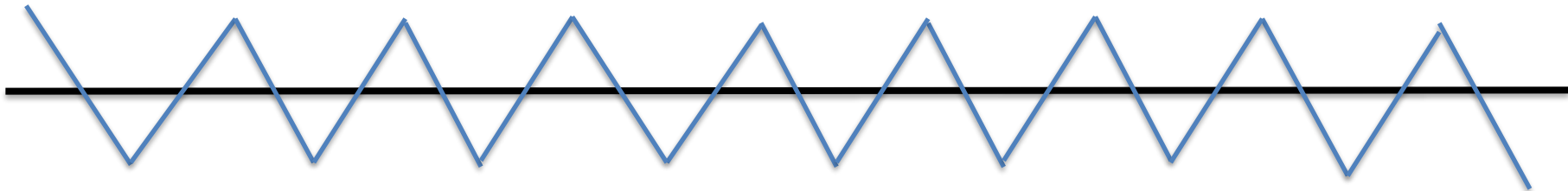
5月-7月非大促 流量周对比值



2020.07.21-2020.07.27	UV	UV占比	支付转化
流量宝	3,765	25%	7.28%
淘宝客	2,656	18%	20.33%
购物车	2,180	15%	20.73%
我的淘宝	1,707	11%	8.55%
手淘搜索	1,579	11%	4.94%
淘内免费其他	788	5%	12.44%
品销宝- 品牌专区	372	2%	9.41%
手淘旺信	364	2%	20.60%
智钻	294	2%	1.70%
直通车	229	2%	5.24%
手淘其他店铺	164	1%	8.54%
手淘淘宝直播	126	1%	7.14%
超级推荐	117	1%	1.71%



很幸运能与life-space合作，能够致力为每个人生阶段的人群提供优质和专业益生菌，目前能够帮助life-space在澳洲和中国市场得到了更好的宣传，积累了更多的美好体验口碑和品牌基础，得到了消费者的高度认可。在未来，我们会是更好的合作伙伴。



非常感谢汇嘉的大力支持，长期合作以来公司产品也得到了很好的宣传效果，从品牌传播策略制定、广告创意设计、公关活动执行等等，这些方面都非常地全面。与此同时，我希望我们能共同创建更多辉煌。

