

# “六六大顺” 阿道夫×王三三 “玄学” 营销

- ◆ **品牌名称**：阿道夫
- ◆ **所属行业**：日用品行业
- ◆ **执行时间**：2020.06.05-06.09
- ◆ **参选类别**：效果类-品牌传播

# 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

<https://www.bilibili.com/video/BV1JZ4y1W7wu>

或者  
扫一扫看视频



# 新晋国货洗护品牌“阿道夫”推出“六重护理”新系列：匠心洗护让头发更柔顺。

创新开发“六重护理”：通过热护理、冰护理、养护理、香护理、姜护理、零硅油护理交替使用，提升用户头发质量。





**618电商大促，宝洁、联合利华洗护产品大杀四方。  
阿道夫希望用内容传播柔顺卖点，“见缝插针”抢夺流量。  
以低成本让年轻人吃下阿道夫“六重护理”这记安利。**



柔顺的视觉冲击

.....



飘逸秀发的记忆点

.....



我的头发我说了算的态度输出

.....

**“柔顺” 卖点传播多年，故事语言单一老套。  
消费者需要新刺激，  
阿道夫需要建立有关“顺滑”的新联想。**

在说“顺”的时候，年轻人想到的是什么？

新联想：构建产品实效之外的“顺滑”玄学。

头发要  
每天要  
什么都要  
从头到尾

顺

在说“顺”的时候  
年轻人怎么才能多看一眼？



秀发靓女早已看够  
人间羊驼才够新意

“网易王三三”  
“丧茶”出道，整日“炸毛”  
可谓不顺届的‘顶流担当’



用玄学“顺滑”概念，俘获顺滑无感人群  
吉时做吉事，头发顺滑成就人生大事

顺滑吉时



顺滑吉事

首个二次元“不顺担当”王三三  
经历阿道夫“顺滑大改造”实现六六大顺

# 吉时前一天，强势情绪铺垫，诚邀网友分享自己的不顺瞬间



6月5日，预热话题#让你瞬间炸毛的一句话#，吸引大批年轻粉丝参与互动。关于“炸毛”的讨论，精准捕捉年轻受众情绪，同时与头发“炸毛”一语双关，为接下来“六六大顺”阿道夫还你秀发和生活的柔顺作铺垫，巧妙的刷了一波存在感。

# 全网推出“不顺担当”王三三，你的不顺TA都懂

引发10W+用户的“不顺人生”共鸣



左滑一秒变顺 教你GET最简单顺滑“改变”

SVG条漫《诸事不顺会社人生指南》以王三三的日常不顺生活不顺入手，**毛发越不顺，生活越糟糕**。最后提示用户通过左滑的用阿道夫清除头发毛躁，画面改变表现头发柔顺后的顺滑生活。

# 吉时当日，“不顺担当”变身“顺滑担当” 六六大顺只需一瓶阿道夫



SVG互动性“左滑”条漫，带用户观看“用了阿道夫”和“没用阿道夫”的截然不同的三三人生



# “用了阿道夫，你就是街上最顺的崽” 顺滑大改造动态开启，阿道夫助力三三六六大顺



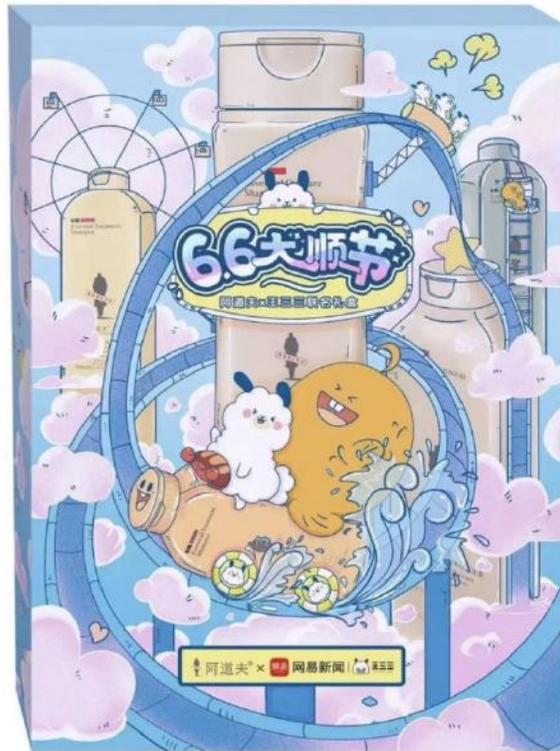
打造趣味短视频，表现三三  
头发用阿道夫六重洗护后的  
顺滑人生，让TA在短短37秒

内完全get “六六大顺”

的玄学哲理！



# 想要get同款六六大顺 “顺滑担当” 王三三顶流同款 限定阿道夫礼盒疯狂被GET



在阿道夫天猫店限量发售的**3000份**联名款，上线秒光。  
非王三三定制款也在618期间大卖**5000万**销售额，  
化身天猫最火爆个护新品之一。





行业权威“数英”为项目进行复盘。阿道夫品牌及“66大顺节”的行业影响力得到了展现和  
提升。该文章阅读量达**20,000+**。





**非电商平台曝光量：664W+**  
**电商平台曝光量：2100W+**  
**UGC互动量：32255**  
**达到了用二次元跨界的**  
**“小成本，大卖货”**