

# 多芬发水 “新年带真我回家” 营销战役

- ◆ **品牌名称**：多芬
- ◆ **所属行业**：快消-日化类
- ◆ **执行时间**：2020.01.03-01.10
- ◆ **参选类别**：内容营销类

## 品牌背景：

**多芬始终倡导「真美」的理念，鼓励每个女性「我的头发 我说了算」**

拥有60年历史的多芬是联合利华全球第一大的个人护理品牌，凭借滋养的产品和对真美的主张深入人心。

从品牌创始至今，多芬一直相信：真美（Real Beauty）是多样化的，多芬所传达的真美是属于世界上每一位真实女性的。但世俗对美的标准和偏见，使许多女性对外貌产生不自信和焦虑。

多芬认为美没有标准，每个女性拥有自己独特的美，多芬鼓励女性抛开世俗偏见，用头发表达真我之美。「我的头发我说了算」。

## 营销目标：

### 1、提升品牌形象，深化「我的头发我说了算」的理念

通过社会理念营销和品牌行动，搭建多芬品牌信任体系，号召社会各界打破对于传统女性和对美的偏见，倡导真美的价值观，借势CNY（新年）的时间节点，打造社会热点话题，深化「我的头发我说了算」的品牌理念，鼓励每位女性勇敢表态真我，为品牌赢得千万女性的好感度。

### 2、通过社会化媒体整合传播，助力“年货节”销售

在CNY这样一个全民狂欢囤购年货时，各大品牌都在抢占营销阵地，多芬需要通过一系列的社会化媒体整合传播，打造社会热点事件，吸引消费者眼球，拉动用户流量，为电商平台的品牌旗舰店引流，助力年货节销售。

## 消费者洞察：

本次传播战役中，多芬的目标消费群体是以**18~35岁的一二线城市青年女性**。

他们是一群勇敢表达自我的年轻女孩，她们留着夸张的脏辫，染着蓬蓬粉的发色，剪了A到爆棚的超短发，留着最夸张的造型，展示着最真实的自我。

但每年春节过年回家，总会遭受到来自外界的各种偏见和质疑，亲戚们的“嘘寒问暖”，已经成为了备受关注的社会性话题。

家里的亲戚长辈，总是在对当代女性的形象与生活方式加以评论与批判，而头发作为最外在的表现，常常被第一个说起，「头发这么短，没个女生样」「造型太夸张，就想博出位」……

**为了避免遭受旁人的偏见与质疑，很多人选择在过年回家隐藏真我，改变原有的发型，选择回家做一个乖乖女，从原来的“Mary”变成了“翠花”回家过年。**

## Core idea : 新年 带真我回家

在新年即将到来之际，多芬鼓励女孩们打破外界偏见  
无论是长发、短发、染发、脏辫，都无需隐藏最真实的自己

Dove

新年带真我回家

#我的生活和美，无需他人来定义  
从头打破偏见，用真我记录世界#



知名VLOG博主：竹子

## 传播策略：

在亲戚朋友的灵魂质问到来之前，

**多芬通过“新年，你要带谁回家？”的社会性问题，打开具有社会传播性的内容和话题，引发消费者的深度思考。**

**与此同时，多芬借助与多芬态度高契合的名人号召力来进一步多芬态度精髓。**

邀请时尚杂志VOGUE、联合多芬品牌代言人邓紫棋、以及在各自不同领域敢于表达真我的态度女孩说出答案，

讲出#新年带真我回家#态度宣言，鼓励年轻女性勇敢表态真我，新年，带真我回家。

传播渠道：

线上线下6大平台联动，席卷顶级流量

邓紫棋  
TOP明星

VOGUE  
时尚媒体

站内外红人  
Social达人

媒体+明星+全平台达人引爆线上传播

Live派对  
线下活动

线下门店  
商超渠道

户外楼宇  
分众广告

线下活动+卖场+户外分众聚焦线下流量

## 传播实施总览：

新年带真我回家				
1.3—1.4		1.5—1.9		1.10
阶段	Phase1 提出疑问引发热议	Phase 2 DOVE x VOGUE 释出答案	Wave 3 真我头号派对 号召真我随行	
传播内容	<p><b>多芬 X 邓紫棋发起提问</b></p> <p>「今年过年,你要带谁回家?」</p> <p>预热视频, 提出疑问 引发热议</p>	<p><b>多芬 X VOGUE真我态度大片</b></p> <p>「新年带真我回家」视频</p> <p>3个态度女孩, 号召新年表态真我</p>	<p><b>多芬打造头号真我派对</b></p> <p>线下活动号召态度女孩</p> <p>带Dove礼盒回家, 让真我随行</p>	
执行内容	<p><b>发布预热悬疑视频引发讨论</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>多芬和时尚媒VOGUE 以头部KOL率先发声发布邓紫棋悬疑视频, 「今年过年,你要带谁回家?」, 引发消费者对话题的关注和讨论</li> <li>时事、生活、女性、时尚多类型KOL联手发起话题讨论, 引爆全民对#今年过年,你要带谁回家?的话题讨论。</li> </ol>	<p><b>发布态度大片号召新年带真我回家</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>多芬联合时尚媒体Vogue发布态度大片</li> <li>刺猬乐队女鼓手石璐、Vlogger竹子、滑板爱好者邱明、各行各业的态度女性集体号召全体女性新年表态真我</li> <li>邓紫棋发布口播ID Video,号召新年带真我回家</li> <li>时尚类、生活类多类型KOL集体发声, 传播视频引爆话题讨论。</li> </ol>	<p><b>线下活动深度体验, 深化活动影响力</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>多芬联合时尚潮流圣地M-Box打造多芬头号真我派对</li> <li>邀请时尚潮流类、本地生活类等多个不同领域的KOL参与线下活动, 深度体验真我头号派对, 尽情释放真我</li> </ol>	

## 1, 多芬 X 邓紫棋发起提问#今年过年, 带谁回家#, 引发全网热议

多芬发布邓紫棋预热口播  
领衔提问“今年过年, 带谁回家”

VogueMe、多芬、微博KOL发布KOL Video Teaser  
邀请粉丝参与后续讨论“今年过年, 带谁回家”



视频链接 :

<https://v.qq.com/x/page/c31483xkvxa.html>

## 2, 多芬携手时尚媒体VOGUE, 联合3位态度KOL 共同发声 拍摄态度大片, 传递新年带真我回家品牌态度

中国最酷女滑板手@邱明Aki

中国第一女鼓手 @石璐Atom

Vlogger 博主@你好\_竹子



## 2, 多芬携手时尚媒体VOGUE, 联合3位态度KOL 共同发声 拍摄态度大片, 传递新年带真我回家品牌态度



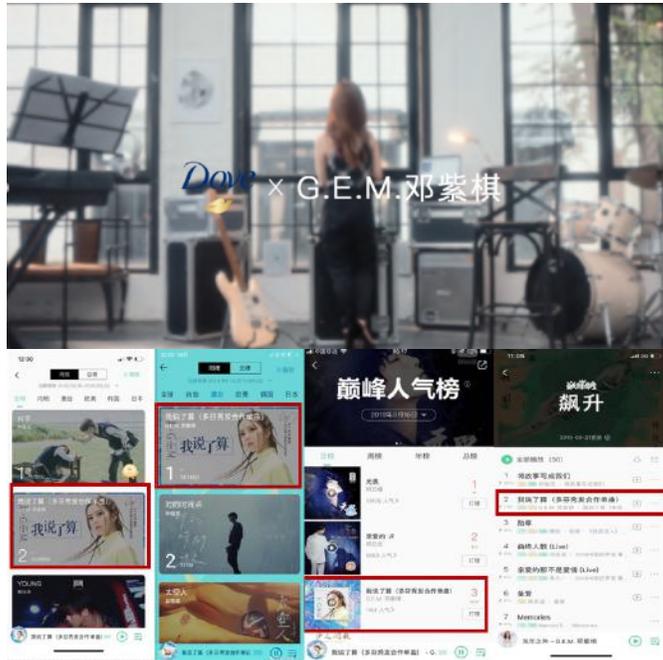
扫描上方二维码观看视频  
或者打开下方视频链接观看

<https://v.qq.com/x/page/w3148sal7rt.html>

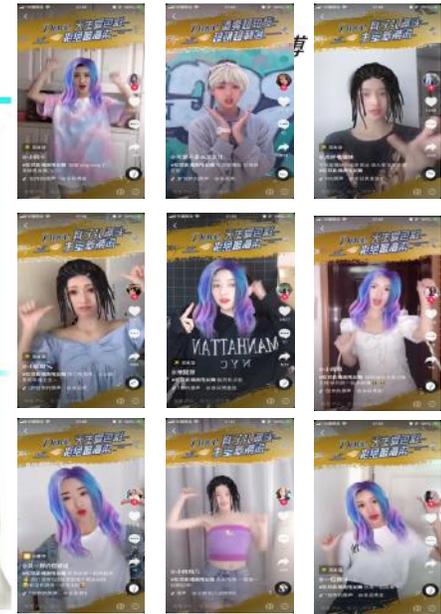
备注：以上内容为视频截图，



## 4, 多芬联手品牌大使邓紫棋共创高品质rap单曲《我说了算》, 将TA态度和品牌精神通过歌词串联, 号召全民新年带真我回家。



扫描上方二维码观看视频  
或点击下方链接进行观看



霸榜席卷QQ音乐平台, 2020年度最热广告歌曲  
荣登QQ音乐MV速递榜全球榜第二名、MV速递榜  
港台榜第一名、巅峰人气榜第三名、飙升榜第二名。

Rap单曲链接: <https://v.qq.com/x/page/d3148d24gn4.html>

抖音挑战赛, “和邓紫棋跳甩发舞” 引爆城中热事

多芬X抖音 多款态度发型贴纸, 达人原创「我说了算」甩发舞  
上线大爆, 抖音有7.5万用户加入官方挑战, 曝光量超过1.4亿。

## 5, 打造新年真我限定版礼盒 & 真我周边 和邓紫棋一起一起撕开偏见, 表态真我



撕开密令贴纸展露真我宣言

## 6, 携手M-BOX 打造新年真我头号派对, 邀请各界KOL一起表态真我

舞台表演现场Live Show



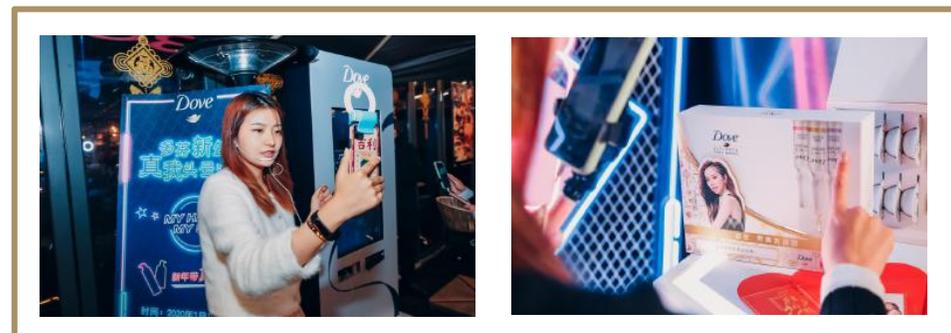
品牌表态区 表达真我之美



头发检测仪 深度体验定制修护



知名主播打卡派对 分享新年真我故事



## 媒介表现总览

### ONLINE



#### 微博打造话题

借助明星以及LeadingKOL的影响力  
在微博上打造新年带真我回家的话题



#### 微信情感共鸣

借助vogue的微信影响力  
让更多年轻女性能和品牌产生共鸣



#### 抖音挑战赛/淘内 直播带货

抖音以及淘内达人活动直播  
直接促成销售转化



QQ音乐  
让生活充满音乐

#### 出圈营销，提升覆盖面

落地歌手粉丝以及年轻女性集中的QQ音乐  
话题导流音乐圈层，覆盖更多目标受众

### OFFLINE



#### 线下live

年轻人的真我狂欢



#### 线下商超门店

真我态度+产品传播



#### 分众楼宇

精准影响一二线城市女性

## 媒介表现：站内外红人多维度全网扩散，千万级曝光

### 传播视频，表态真我



### 种草礼盒，新年带真我回家



## 淘宝站内互动：淘主播直播带货，知名博主打卡派对

淘内主播

一直播主播

球球Vs妍



楠神哥哥  
呀



雪宝Fairy



miyokiba  
by





## 新年带真我回家

#非议再多，看我潇洒滑过  
从发色开始，让这个世界瞧瞧我的颜色#



滑板爱好者：邱明



# 新年带真我回家

# 争议袭来，我率性敲击  
用发型自由，释放自在灵魂 #



刺猬乐队女鼓手：石璐





# 新年带真我回家

# 我的生活和美，无需他人来定义  
从头打破偏见，用真我记录世界 #



知名VLOG博主：竹子



## 传播效果：

- 社交平台总曝光量：**2.9亿**
- 其中“新年带真我回家”总曝光量1.1亿；邓紫棋“我说了算”MV总曝光量1.8亿。
- “新年带真我回家”视频播放量：**9,323,489**
- 邓紫棋Rap 官方微博MV 点击量：**4,110,000+**
- 单曲在QQ音乐蝉联 **前五** 位置
- 抖音挑战赛参与人数：**75,000**人，曝光量超**1.4亿**
- 淘内直播观看量：**44,938,000**
- 在15分钟内联名礼盒售出 **2700套+**

备注：以上数据来源于各社交平台后台数据，销售数据有品牌方提供

**多芬联合时尚媒体VOGUE的创意内容，引发大众广泛讨论，社会类、时尚类、女性类、生活类KOL自发进行传播，最终让新闻媒体及业内媒体也参与其中，引发社会各界关注和讨论，成功实现活动影响力。**

首页 > 洞察专栏 >> 正文

## 新年就“鼠”多芬最会问：过年你带谁回家？

时间：2020-01-13 21:10:55 分类：营销快讯

每逢新年营销忙，在这品牌营销“必备”的时间节点，针对新年主题的营销却越来越雷同，无不陷入“情怀+深沉挂”的套路之中，使消费者精神疲软，难以被触动。那么如何突破传统新年营销的苦大仇深，在真切触动消费者的同时更有效赋能品牌呢？这无疑是一场硬仗。

G.E.M.邓紫棋用灵魂一问，最大化情感共鸣

新春来临之际，多芬聚焦目标消费群体，以现实为基础深挖现代的年轻人回家过年的一系列行为习惯，如：租朋友回家过年、在家避免裸露的着装、将个性的彩发重新染黑，甚至为了躲避偏见质疑拒绝新年回家等行为背后微妙的心理状态，而后借多芬品牌大使暨音乐态官G.E.M.邓紫棋之口轻轻抛出问题：“今年过年，你要带谁回家呢？”

## 多芬xVOGUE：当代女子忏悔录（新年版）

企业项目 已上线 2020-01 举报

26 7

来源：多芬真美体验中心

为了过年回家，我决定把自己粉红色的头发染回黑色。当我坐在理发店，发现周围有好几个跟我一样，正在把红的黄的紫的绿的蓝的灰的头发染回乖巧亚洲黑的女孩：Tony老师熟练地拌着染发膏，对我说，每年年底，来这里把头发染黑的人都特别多——我不禁好奇：新年将至，究竟有多少这样的“回家谎言”会发生。

为了搞清楚这个问题，我决定去采访6个不同职业的女孩，聊聊她们说过的“回家谎言”……



首页 / 市场营销

## “有人说”不如“听我说”，多芬态度营销实力圈粉！

香香香香香香 · 2020-01-30 19:52 · 市场营销 · 阅读 1964

编辑 | 瑞秋  
作者 | 董玉华  
来源 | 电商营销观察 (ID: EC-MKT)

近几年，“态度营销”理念一直备受推崇，品牌们都在试图通过对用户的分析，抓住目标用户与品牌态度之间的共鸣点，以此在广告营销中传递与受众相契合的品牌态度与主张。从本质上看，这其实是品牌获取消费者认同感的过程。所以对于品牌来说，洞察消费者心理，进而做“有态度”的营销，就是品牌营销突围的关键所在。就在即将到来的春节这一大热点下，联合利华旗下的护肤品品牌「多芬」并没有从情感入手，而是一反常态地做了一次态度营销，无形中吸引了消费者的注意。



yoyo的小小屋 1月13日 19:00 来自 微博 weibo.com  
农场年结束，又到了该从假期好好打扮一番的时候啦！这次yoyo最惊喜成为多芬品牌年美好礼赠官大家少等一小时的年货小清单~作为一位日常精致的女孩，最关注的就是自己给人的第一印象。尤其是像我这样一年要染好几次，每天要用直夹夹发棒折腾的女生，发质不理想，怎么能吸引异性的目光！多芬发质护理第一级发膜添加发膜的产品，它发膜含有英国专利的小分子技术，可以快速渗透发丝发质，根据自己的需要，配合精油、柔顺以及高效的三款护发素，进行叠加使用，可以24h急救修护，28天相内修护，发质有质使用还能，个性化解决各种发质问题。对于现在前段时间最发质的我来说，就是护发神品，既养肤用，不仅方便，很适合过年那几天的急救~将护发素的护发成分，深层渗透，让头发更有光泽，全新的发质更加顺滑的使用方法，让每根头发都充满了活力~新年发质护理小清单，发片上的每个发丝都感受到了自己的真我态度！#新年第一染#把发片，你也是一样可以！@多芬发质护理 联合@多芬 多种发质护理产品已经给你们准备好，2020年新年大家准备带什么年货回家呢？现在打开网页，关注我们吧，发家新年一染一戴的：1月13日-10日，满300减30，美妆护肤年货好礼等你来！#新年第一染#回家吧 @ 真我链接

雪宝Fairy 1月13日 21:20 来自 微博 weibo.com  
宝宝们猜猜雪宝上周五去哪了呢？在结队中心参加花园的M-Box音乐酒廊举办的「多芬新年真我头号派对」新年来迎！如何从头开始，焕然一新当然少不了多芬！拥有60年历史的多芬是联合利华全球第一个人造洁品品牌，坚持「美没有标准，每个女性拥有自己独特的「美」理念。所以也是我一直青睐的个护品牌呢！酒吧现场不仅能欣赏到中国好声音学员的歌声以及酒吧现场的热情，还能体验多芬的头发检测仪以及新年限定套装！多芬这次推出的发膜发展新年真我限定版也是邓紫棋的同款哦~还有邓紫棋的同款新年红包！OMG也太棒了！发膜发膜制定了全新的护发护发方案：1安瓶+1发膜仪式感修护呵护修复我的受损发质，纯天然，浓稠高效，放置发膜包装特用盖，出差也可以随身携带带呢！太贴心了！还有超大容量密集滋养护发素，不问香味的发膜植萃植萃洗发露！#新年第一染#回家吧，勇敢做真我的自己！

## 亮点分析:

- 1、深度洞察助力品牌创造走心社交话题。
- 2、精准择取媒体，让传播话题成为社会话题，成功拔高话题意义，引发大量关注。
- 3、携手高契合艺人及KOL，进一步彰显多芬态度精髓，强化印象。
- 4、线上线下6大平台精准联动，有布局的媒体矩阵排布，在竞争激烈的新年营销战中席卷顶级流量，创造亿级关注度。

## 消费者在活动期间积极参与，创造大量优质UGC

**鞠断席鞠给**: 这个新年，拒绝被定义，勇敢做自己  
1月9日 00:33

**阿莫学长** ✓  
新年，你要带怎样的自己回家？成功的，有对象的，报喜不报忧的？我希望#新年带真我回家#。卸下伪装，把不变的思念和不变的坚持统统展露，从头勇敢表态真实的自己！上天猫，搜“新年带真我回家”，get@多芬爱美丽的#国民年货爆款#多芬安瓶发膜新年真我限定版网页链接，新年也要我的头发我 展开全文

**铁梅佣铁** 🏆: 新年和真我态度女孩一起，拒绝被  
01月09日 00:35

**海海罗罗\_702**: 三位真我态度女孩一同在新，释放真我态度  
01月09日 00:35

**AlanTanYR** 🏆 铁粉: 啊啊啊啊啊啊我的头发我说了算!!!  
1月5日 12:01

**刘威** 🏆: 发型自由，灵魂自在。👍👍👍👍 评论!

**贱爱涵蕾**: 一起撕开偏见，尽情表态真我 😊  
1月8日 23:36

**无花果in161e**: 思想自主，发型自由，灵魂才能自在  
1月8日 23:36

**长途路游\_308**: 不去管别人怎么说，只想管自己怎么做  
1月8日 23:21

**参参的博m**: 与其隐藏自己，不如从头开始展现真我  
1月8日 23:32

**云愉胃云**: 一起从头表态真我  
1月8日 23:32

**Mwy1026** 铁粉: 嘿嘿嘿🐼🐼🐼🐼🐼🐼好，抛开偏见，勇敢表达自己，做自己。我是最美丽的👊  
1月5日 15:01

回复 | 1

在新年期间，多芬关键词搜索中，“新年带真我回家”占据搜索榜首，得到了社交用户的大量关注，新年期间表态真我，把多芬和真我带回家。

