



# 立白《偶像来了》娱乐营销案例 抢占偶像契机娱乐营销真姿态



立白皂液·六必治  
—— 联合网络冠名 ——

Marketing background

## 营销背景

### 日化行业娱乐营销新标杆

立白集团深度发掘与品牌相符合的娱乐节目，曾三季冠名强IP《我是歌手》娱乐营销成功，顺利建立起立白皂液品牌洗护合一的品牌形象。**将节目的娱乐元素融入品牌核心诉求中，捆绑强IP内容玩转娱乐营销**，以内核作为整合营销的切入点和引爆点，通过娱乐营销成就品牌，**树立日化营销标杆。**



Marketing target

# 营销目标

## 女神“温情牌”别树一帜，皂品牌优势

- ✓ 借助《偶像来了》全新现象级综艺的超高人气和芒果TV的平台优势
- ✓ 强化立白皂液、六必治两大**品牌号召力**
- ✓ **辐射**网络新兴用户群体
- ✓ 用节目温情话题、偶像真姿态诠释产品感情诉求
- ✓ 全方位**加深与消费者的情感沟通和品牌体验，增强品牌偏好度**



立白皂液·六必治  
—— 联合网络冠名 ——

# 营销策略

**立白抢占偶像契机，以娱乐营销抢占市场制高点，聚焦湖南卫视全新现象级IP综艺节目《偶像来了》**

》关联女神内容深耕，以内容打通跨屏互动，全终端覆盖整合营销

十大女神，卸下偶像包袱，认知真实自我，返璞归真的真挚基调，借力偶像与温情话题输出皂液及六必治产品情感诉求



Creative performance

# 创意表现

## 全面包抄，有偶像的地方就有立白

品牌全平台强势曝光，多屏造势推广

### 《偶像来了》

立白皂液&六必治联合冠名授权

延展内容深度渗透

全矩阵包装推广



Creative performance

## 创意表现

# 12期立白“为偶像上头条”跨屏互动

### 交互内容体验提升用户感知

每周号召网友为自己喜欢的女神投票，票数第一的偶像将登上芒果TV精心打造的“偶像头条”。从专题页到微信跨屏H5互动，每期每周围绕热点拉近消费者距离，加深与消费者的情感沟通和品牌体验，通过偶像与温情话题输出皂液及六必治产品情感诉求



Creative performance

# 创意表现

## 花式创意5S标版

提升品牌口碑好感

《偶像来了》正片及未播花絮、策划专题等衍生内容创意标版全面包装，  
“本节目由立白天然皂液和六必治牙膏  
独家网络冠名” 5S标版全终端100%  
流量，完成率达**272.00%**超额完成



Creative performance

# 创意表现

# 微博微信内容营销

热点内容全程捆绑，社交裂变传播

芒果TV官方微博微信公关软文联合推广，及时采编《偶像来了》每期节目播出前后的热点，结合立白以独家剧透节目亮点宣传方式，引起媒体疯狂转载，粉丝扩散传播



performance

## 执行表现

整个项目的执行立体化整合推广，**从曝光、关注度、口碑等方面提升品牌影响力**，立白-芒果TV全面包抄，带来每期节目破五千万品牌**曝光**；立白皂液&六必治《偶像来了》**品牌联合推广**，借势《偶像来了》8月份开始**媒体舆论集中爆发**，芒果TV对承载节目新闻、**互动活动联合立白宣传推广**，潜移默化中**传递立白品牌实力**，**强化立白日化标杆品牌形象**。



performance

# 执行表现

# 视频权益5S冠名标版

- 整合《偶像来了》正片及衍生内容进行标版包装
- 网”络“时尚女性目标用户群，全面提升品牌美誉度，以272%超额完成，带来5.44亿品牌曝光



# 标版

Est.imp: 200000000

Imp/Est.imp : 272.00%

PC端+PAD端+PHONE端\_100%流量

投放周期 Duration	曝光量 Impression	点击量 Click	点击率CTR
0801-1031	543,994,188	1,239,144	0.23%

performance

# 执行表现

# 视频权益前贴片

强势覆盖《偶像来了》三屏前贴片，218.32%超额完成，带来4.36亿的品牌曝光



# 贴片

Est.imp: 100000000

Imp/Est.imp : 218.32%

PC端+PAD端+PHONE端\_正一\_100%流量

投放周期 Duration	曝光量 Impression	点击量 Click	点击率CTR
0801-1031	436.630.266	4,092,100	0.94%

performance

执行表现

背景广告



打造品牌独属感

PC端-100%流量

performance

# 执行表现 角标

营造广告独享模式，12.19亿角标曝光量，完成率达1219.65%。



# 角标

Est.imp: 100000000  
Imp/Est.imp : 1219.65%

投放周期 Duration	曝光量 Impression	点击量 Click	点击率CTR
0801-1031	1,219,646,236	4,092,100	0.33%

performance

执行表现

品牌联合推广-巨幕广告



# 巨幕广告

投放周期 Duration	曝光量 Impression	点击量 Click	点击率CTR
0801-1031	7,817,365	25,140	0.32%

performance

执行表现

# 品牌联合推广-焦点图



PC端  
综艺频道焦点图



PC端  
首页焦点图



移动端  
焦点图

performance

# 执行表现

## 品牌联合推广-开机广告



节目检索页  
缩略图LOGO体

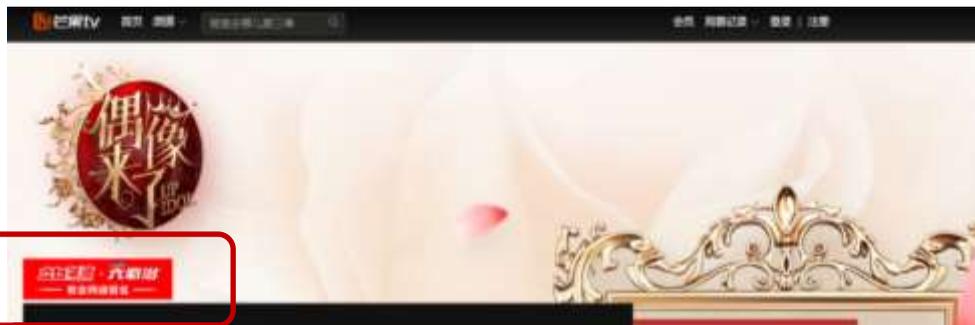
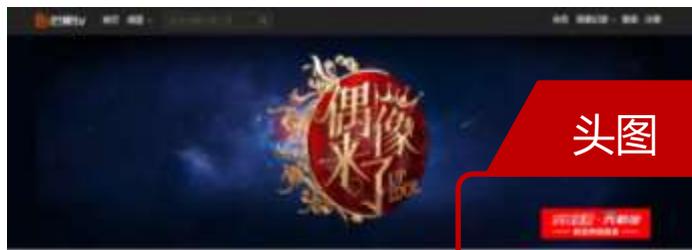


移动端  
开机图

performance

执行表现

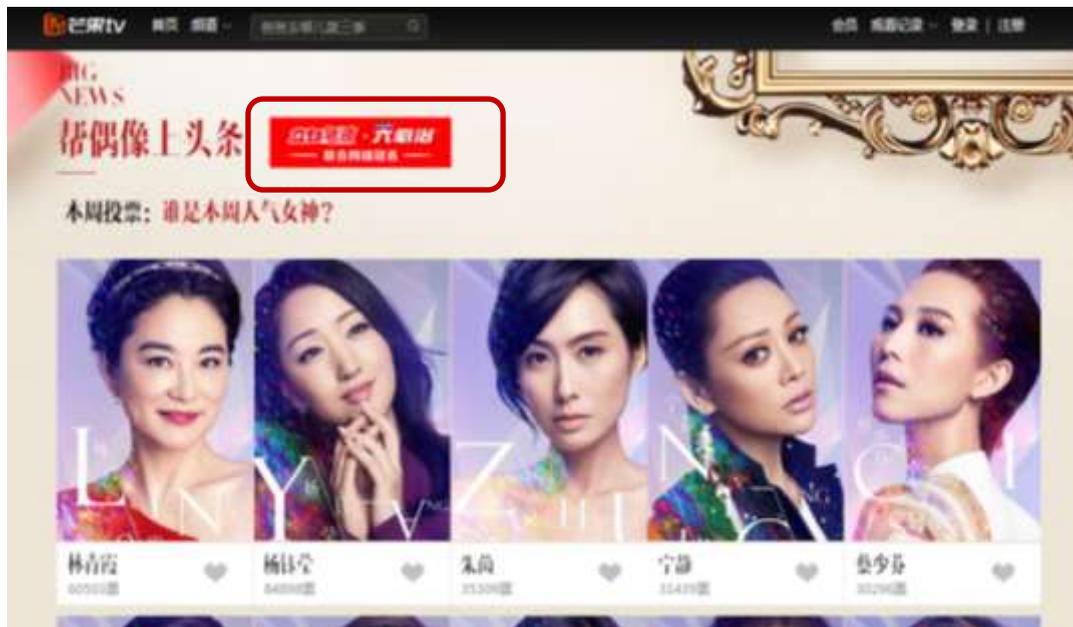
主题包装—专辑页+专题页



performance  
执行表现

# 跨屏互动帮偶像上头条

紧扣偶像来了关注热点，页面体立白权益



performance

# 执行表现

# SNS社会化传播-微博微信

## 疯狂转载 扩散传播

公关口碑裂变传播，联合品牌以独家剧透节目亮点创意形式传播，粘合明星效应、粉丝效应、大综艺影响力，在芒果TV官方微博微信传播，引发媒体转载



微博  
节目相关内容联合推广  
图片体现空白身份



微信  
节目相关内容联合推广  
图片体现空白身份

Marketing effect

## 营销效果

强IP多元化立体式营销，立白抢占偶像契机。大品牌效应凸显，优质内容带来了立白品牌影响力的提升，立白皂液和六必治联合冠名合作，

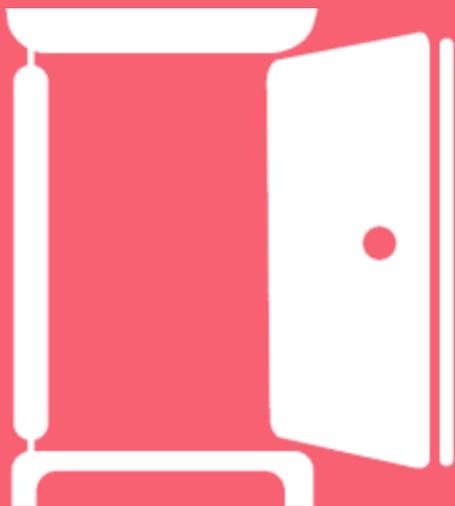
### 女神温情牌有“皂点”“火点”

**皂点：**节目内容——偶像真姿态真人秀真谛回归引向品牌诉求，传达立白皂液“真天然”功能卖点，潜移默化中传递立白品牌实力，皂立白新高峰。

**火点：**合作内容——花式创意标版，品牌联合造势曝光、内容捆绑跨屏互动、SNS内容裂变传播等，将立白皂液“真天然”卖点，六必治“防上火吃麻麻香”卖点，捆绑代言人汪涵注入娱乐态度深度传达，最大化展现立白品牌价值。

大品牌效应凸显

娱乐营销



营销任意门

www.yxrym.com

你的营销军火库



**营销任意门——海量高质量营销策划方案、行业报告、营销案例、行业资讯!**

最新4A方案 | 培训资料 | 网课资料 | 行业报告 | 资源对接  
每年超100G资料分享, **每天持续更新.....**

品牌策略 / 定位方案 / 媒介策略 / 社会化传播 / 数字营销 / 直播 / 年会 / 整合营销 / 创意方案 / 事件炒作 / 公关活动 / 招商方案 / 发布会.....

快消、汽车、金融、地产、美妆、旅游、互联网、电商、服饰、游戏、家装、3C、母婴、体育、餐饮、医疗.....



掌门个人微信



网站

# 便捷搜索 #

# 在线查看 #

# 随意下载 #

成为营销任意门  
钻石会员  
每年超100G资料  
持续更新1000+方案

致力打造营销策划人便捷使用的网站



掌门个人微信



网站