

# BLACKMORES 气运联盟

- ◆ 品牌名称：澳佳宝
- ◆ 所属行业：保健品
- ◆ 执行时间：2021.04.01-04.30
- ◆ 参选类别：娱乐营销类-品牌代言



# BLACKMORES 澳佳 宝 气运联盟

澳佳宝VC产品粉丝营销项目

结案视频链接:

<https://www.bilibili.com/video/BV1sh411p7Fz/>

## 1 锁定精准人群，使品牌从激烈竞争中脱颖而出

养生年轻化的当下，免疫类保健品竞争日益激烈，立足清晰定位和瞄准更具体的消费者群体，才能保证品牌的沟通不被同质化声音淹没。

## 2 精准营销，创造品牌与销量双丰收。

澳佳宝作为国际知名天然保健品牌，整合旗下免疫类产品，希望通过更精准的营销，创造品牌与销量的双丰收。

**BLACKMORES®**  
澳 佳 宝™

## 3 最大化发挥品牌挚友的价值

选秀综艺大热的2020年，澳佳宝签下崭新出道的“气运联盟”成为品牌挚友，为VC免疫类产品站台。



1

传递澳佳宝VC产品的天然与高端  
并拉动品牌声量

2

收割粉丝红利，有效倒流电商平台，  
助力线上销售



挑战

1

明星刚出道  
知名度有限

挑战

2

新晋明星  
粉丝热情不够



在顶级明星流量的挤压下  
该如何充分调动新出道明星粉丝的热情？  
我们找到了关键机会——

# “明星养成”

粉丝的每一份付出都切实扶植明星升值，  
充分放大选秀粉丝的参与感与成就感！

澳佳宝和粉丝一起，  
为明星养成更高商业价值！

”

诚邀粉丝精神参股，成为品牌“**气运养成官**”，与澳佳宝一起为爱豆加持气运，养出商业价值。从而让粉丝获得“**我的爱豆我养成**”的自豪感，并自发宣传澳佳宝“**免疫焕能，气运爆棚**”的产品属性。

”

## 气运联盟 商业价值 养成计划



李润祺

赵珂

胡宇桐

田鸿杰

马哲



【澳佳宝品牌大使：气运联盟乐团】

澳佳宝与粉丝齐协力，打造**四重奏养成计划**，  
助力“气运联盟”明星团队获得天猫IP百万资源扶持，跃升顶流。

## 第 1 重

赋予单品明星特质，澳佳宝VC系列产品“气运联盟”成团出道

## 第 2 重

抢占明星出道首代噱头，鼓励粉丝以产品销量换明星声量

## 第 3 重

打造明星团员排位赛，刺激粉丝用销量为喜爱的明星助力。

## 第 4 重

养成收关，粉丝助力澳佳宝荣登TDI保健品榜首，气运联盟团队跻身顶流。



## 养成计划第一重

首先，以明星微博为引爆点，带动爱豆单人、CP、乐团粉头及后援会，全域覆盖粉丝圈层。并将爱豆与产品特质对应，推出专属单品，点燃粉丝竞买热情。

“12颗橙子维C”出圈成胡宇桐代名词

12个橙子维C尾款已付 ❤️❤️

一起一口暴风吸入12颗橙子增强免疫力 🤖

很快就能体验一口吃掉吃掉12个橙子的感觉啦!

据说这样就能一口吃掉12颗橙子，那就试试呗!

陪你一起吃12颗橙子



认真做产品的澳佳宝和认真做音乐的李润祺简直就是天作之合

我们群里已经炸了，品牌爸爸真的有做功课，我们小李就是全能!

全能型艺术家@一个李润祺 成为品牌大使

我要在床头摆满全能小李的焕能B族!!!



全能B族刷爆李润祺粉圈带动热销

每天一粒全能B拥有全能李润祺



消费者亲证品牌力和产品力

## 养成计划第二重

其次，以“出道首代”、“澳佳宝免疫首位代言人”为噱头，鼓励粉丝以销量换声量。为爱豆加持气运，增强曝光。

### 出道首代曝光，粉丝高关注



官推首代信息，引粉丝大号主动转发

### 粉丝后援团转化销售力



珂珂的第一个商务已经官宣上线了，赵珂个人微博提及，看准赵珂推荐产品，在品牌官方的链接/天猫国际进口超市售卖，一定不能买错！  
会会这里有几个提醒给小饼干们：  
1 进入产品链接，一定先直接【收藏加入购物车】！。如果学生党难以支持，也直接收藏加入购物车，多点开链接浏览几次，拉身边的朋友多进行操作。

六大后援会上线购买攻略

### 粉丝自发为品牌传播

奶味威哥: 谢谢作为最受信赖的自然保健之父——澳佳宝给予我们小李李润祺最好的健康保护，快来和小李李润祺一起守护自己的健康吧！❤️  
·Genore: 澳大利亚领先品/牌 市场营养补剂领先者，感谢澳佳宝邀请李润祺成为品牌大使，美好生活从点滴营养做起。高级营养，健康有澳，备忘录默默记下知识点，和李润祺一起拥抱食补养生新方式！  
橘色的饼: 感受自然带来的呵护，点滴改变展开全新生活，感谢 @BLACKMORES澳佳宝 的邀请，和小熊田鸿杰一起健康生活每一天。

山脚函兽的定欲域: 80多年的健康产品研究历史，澳佳宝@BLACKMORES澳佳宝 展现出自己的品牌独特价值。感谢澳佳宝对于年轻新声音的赏识，邀请@一个李润祺 成为品牌宣传大使，用年轻碰撞OG，用现代技术和80年品牌初心结合，用00后新生代新声音李润祺为品牌背书宣传，相信在未来的合作中李润祺会带给品牌更多新活力，新思路！

粉丝结合品牌利益点全平台传播

# 执行亮点

# 3

## 养成计划第三重

同时，在豆瓣开展爱豆团员曝光位次排位赛，实时盘点爱豆专属单品销量排名，刺激粉丝为爱豆助力。并24h舆情监测，有效管理，赢得粉丝好感。

## 埋贴种草，带动各类支线销售

### 买澳佳宝叶黄素备注赵珂

而且那个维骨力优惠了还满便宜的想来买一罐

### 有没有吃过澳佳宝烟酰胺的uu

睡前补尾款，眼睛不舒服再买个护眼宁



“再给家人带瓶鱼油”



不是秃子是兔子

豆瓣平台拉开团员及单品销量排行，引发粉丝竞相援助。

## 粉丝自发场景营销，助力单品冲榜

你最近身体好吗  
是不是换季  
容易感冒  
我没有换季  
深圳好热  
但是你需要保养  
你工作压力好大  
所以你生日我决定送你保健品

社畜的确需要提升免疫力  
整一瓶给我体弱的铁铁77  
保护珍贵头发，缓解社畜压力，从吃复合维B做起  
我向我爸介绍了澳佳宝，他决定购买  
工作火力全开，跟白发说拜拜~  
又补了一笔给妈妈

考研党、熬夜党、体弱党、过劳社畜、脱发党  
给家人再合适不过了!

## 粉丝创意UGC，为Idol拉人气

Q版漫画转发破5000+

## 养成计划第四重

在粉丝的养成下，澳佳宝荣登TDI保健品销量与曝光双榜首。赢得天猫IP百万资源及微博3000w+曝光，气运联盟团体跻身顶流。最终，养成计划完美收官，澳佳宝为粉丝和“气运联盟”定制庆功Party，共庆硕果。

### 花式打卡，获粉丝养成奖励

收获百万营销号点赞



唯美实物展示  
带动二轮购买

### 礼赠粉丝后援团，粉丝收获养成奖励



腾讯视频  
iWeekly 周末画报  
时尚芭莎  
新浪娱乐  
橘子娱乐  
Owhat  
抖音  
桃叭  
新浪电影

### 赢得天猫IP百万资源及微博3000w+曝光



整个养成计划，粉丝自发为品牌科普卖点，创造表情包、卡通形象等系列UGC，并拉动亲友为爱豆助力，让品牌声量和销量节节攀升。

活动期间，微博话题互动超600w，曝光超1亿次，品牌百度指数实现26376%的增长。

活动上线3小时产品多次售罄；

最终，总销量超过180万，ROI超行业均值两倍，全店销售额高达489万；

新用户增长超60%，转化率增长766.8%。

## 效果评估：声量

营销期间，从品牌角度，澳佳宝的天然属性借由粉丝实现全网扩散，博得各界好感。

粉丝深入研究澳佳宝各类产品，为全线产品制作利益点科普文案、万字安利长图、产品表情包、品牌卡通形象等，并自发带动全家购买；

营销话题超过600w微博互动量  
超过1亿次的曝光量，为品牌自媒体涨粉超万人  
品牌的百度指数实现26376%的增长。



## 效果评估：销量

从销量角度，澳佳宝上线3小时多次卖断  
总销量超 180万

ROI转化高达 1.86，超行业均值 两倍

全店GMV高达 489万，新用户增长超 60%

转化率增长 766.8%，站内外总曝光 750万



### 多重刺激 转化销售

- **销售信息前置：**从上线时间、活动机制、单人单品竞赛，多维度优化
- **品牌信息植入：**澳大利亚top1级别保健品、80多年悠久历史品牌、澳洲最受信赖的品牌、热销全球等品牌优势增强信任感
- **利益点刺激购买欲：**“出道首代”“澳佳宝免疫首位代言人”等商业头衔刺激粉丝，定义商业价值。

万物皆可养成，品牌与粉丝共同养成明星的商业价值，**让每个粉丝都成为品牌传播的号手**，让粉丝获得尊重感与主动权，是品牌提升自身好感度与商业变现的完美方法。

粉丝营销的效果有目共睹，但品牌为流量付出的代价也与日俱增，寻找更有价值潜力的明星，选择更有效率的营销方式，才能让营销预算值回票价。

澳佳宝VC

免疫焕能

气运爆棚

