

高露洁

#守护你的笑容# 粉丝通合作结案报告



笑容守护总裁



在牙齿，
笑容洋溢



@Colgate 高露洁
weibo.com/colgate

Recap

笑容总裁

#守护你的笑容#



杨洋病毒视频
传播品牌理念



推广节奏



杨洋首发预告

@杨洋icon发布微博
#守护你的笑容#启动，引起首批种子用户的关注

10.21 → 10.22 → 10.24 → 10.31 → 11.10 → 11.11

工作篇预告

补充预告片覆盖

工作篇完整版

完整版内容持续传播杨洋粉丝

壁咚篇预告

内容升级，吊胃口
视频刺激消费者到
天猫观看完整版

笑容守护总裁 大礼包活动

图文形式传播大礼包活动

10月21日

杨洋首发预告

在核心粉丝中引发好奇和传播 为后续视频发布累积人气基础



头条锁定杨洋粉丝

常规博文曝光表现提升**37%** 经
心用户二次传播, 互动暴涨!

同期粉丝头条参考

发布时间：10月17日



发布时间：10月21日



发布时间：11月2日



传播层级分析

- 1. 传播力度强：传播主要集中在前4个层级，其中第2层和第3层的转发占比显著。
- 2. 第1层转发，粉丝通部分占比为63%，为后续传播提供种子力量

层级	有效转发	转发占比	覆盖人次	核心转发TOP15		
52	17835		10665789			
第1层	8503	47.68%	6800073	 杨洋福建粉... 转发：1985	 杨洋广西粉... 转发：1345	 杨洋资讯站 转发：1278
第2层	5020	28.15%	3313655	 福建暖洋阁 转发：1025	 寒冰暖洋1... 转发：543	 浮醉Fuz... 转发：250
第3层	2539	14.24%	390613	 稀稀丫头 转发：520	 寒冰暖洋1... 转发：374	 有个期待y... 转发：101
第4层	962	5.39%	120210	 寒冰暖洋1... 转发：274	 有个期待y... 转发：100	 寒冰暖洋1... 转发：87

- 注：
- (1) 有效转发：指系统剔除恶意刷数的数据后有效的转发
 - (2) 每层转发数未剔除无效转发
 - (3) 常规品牌博文参考：集中2-3个层级；明星博文可以到第7-8层（占90%以上）
 - (4) 粉丝刷数心理：希望被偶像留意到；
 - (5) 粉丝团刷数心理：保持官微活跃度并吸引粉丝关注

转发影响力用户

普通 用户	杨洋ico...	Innoc...	Etern...	羊村村委会	霸咩
	粉丝数：391893 转发：134	粉丝数：307095 转发：93	粉丝数：290514 转发：84	粉丝数：36663 转发：42	粉丝数：30775 转发：0
	味蜜	羊圈里最温...	Nimot...	武汉妈妈帮	闲人野志
	粉丝数：24807 转发：31	粉丝数：19551 转发：20	粉丝数：18503 转发：0	粉丝数：16271 转发：0	粉丝数：15288 转发：33

橙 V 用户	陈明明歌巴	私房猫咪馆	吴士琴	十万珍吱伏...	SFC_永...
	粉丝数：21531 转发：0	粉丝数：16526 转发：7	粉丝数：10172 转发：0	粉丝数：6332 转发：1	粉丝数：5466 转发：0
	堀与宫村L...	竹露滴清	阿宅-Th...	洋滚滚ic...	看不懂你虚...
	粉丝数：5272 转发：0	粉丝数：5013 转发：1	粉丝数：4665 转发：0	粉丝数：4174 转发：2	粉丝数：3608 转发：1

蓝 V 用户	杨洋资讯站	杨洋全国后...	杨洋宣传组	少年企画N...	杨洋ico...
	粉丝数：1689671 转发：1278	粉丝数：805123 转发：1240	粉丝数：668808 转发：317	粉丝数：459682 转发：72	粉丝数：99977 转发：109
	高露洁Co...	咸蛋超人A...	林动哥哥的...	惠萌小污婆	玛蒂YY
	粉丝数：64200 转发：43	粉丝数：10548 转发：0	粉丝数：1450 转发：0	粉丝数：1222 转发：0	粉丝数：1197 转发：1

1. 研究具有影响力用户的意义：找到核心用户为品牌背书（举例：张大奕）
2. 建议：与具有影响力的核心用户互动，转发、评论、点赞

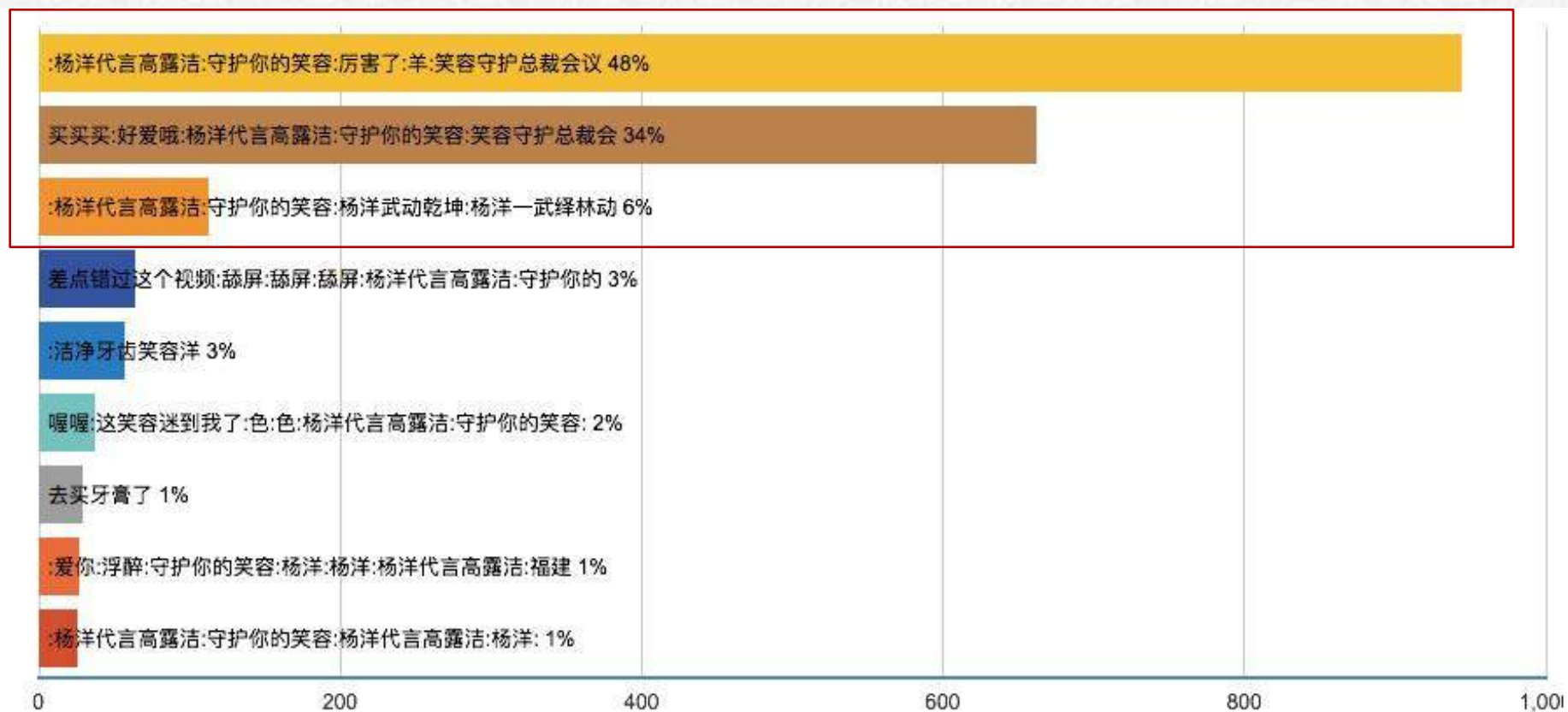
热词提炼



从系统提炼的热词可以看出，此次转发和评论的内容非常贴近#守护你的笑容#/#杨洋代言高露洁#的主题

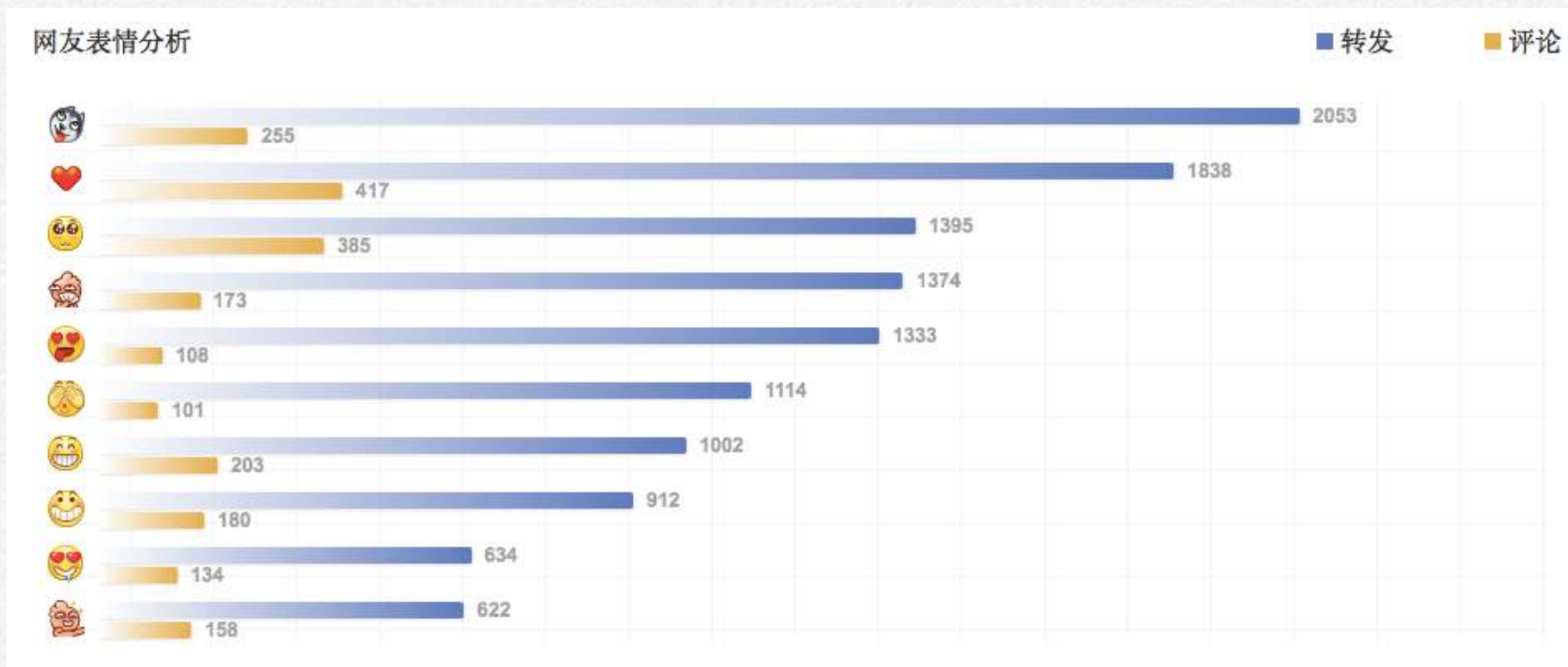
网友观点分析

- 转发/评论带有杨洋相关话题词的内容：粉丝为偶像打榜
- 对杨洋总裁这个称呼正面评价
- 激发用户购买欲望
- 留意到主题和牙齿和笑容相关，了解到是牙膏广告



网友观点分析

- 受大V转发影响，二哈表情转发较多，但实际相关评论大多数是消费者表达已下单；有少部分吐槽剧情
- 心、吻、花痴等表情均表达消费者对此次TVC的喜爱和正面评价



11月3日

工作篇完整版（品牌速递）



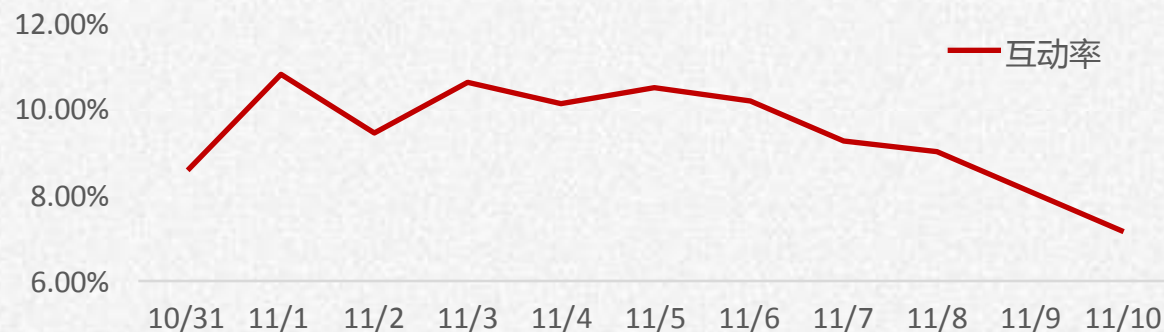
- 1.由于是杨洋帅气的外形比较吸引，且性格阳光，群众基础良好，因此在品牌速递通投的情况下，视频有效播率非常高
2. 此外，在统计维度上比粉丝通多了评论、@某人、#话题词#均计算互动数，因此互动率较高，但因通投，多数互动均来源于点赞或视频播放，转发等这种粉丝背书的能力较粉丝通弱

10月31日-11月10日

壁咚篇预告



1. 视频内容优质，非常吸引用户观看
2. 由于同一版本投放时间较长，按照系统分配机制，会优先分配给历史互动率高的用户，因此，互动率在后期会下调，但整体互动水平均比行业值优秀



11月11日

笑容守护总裁大礼包活动



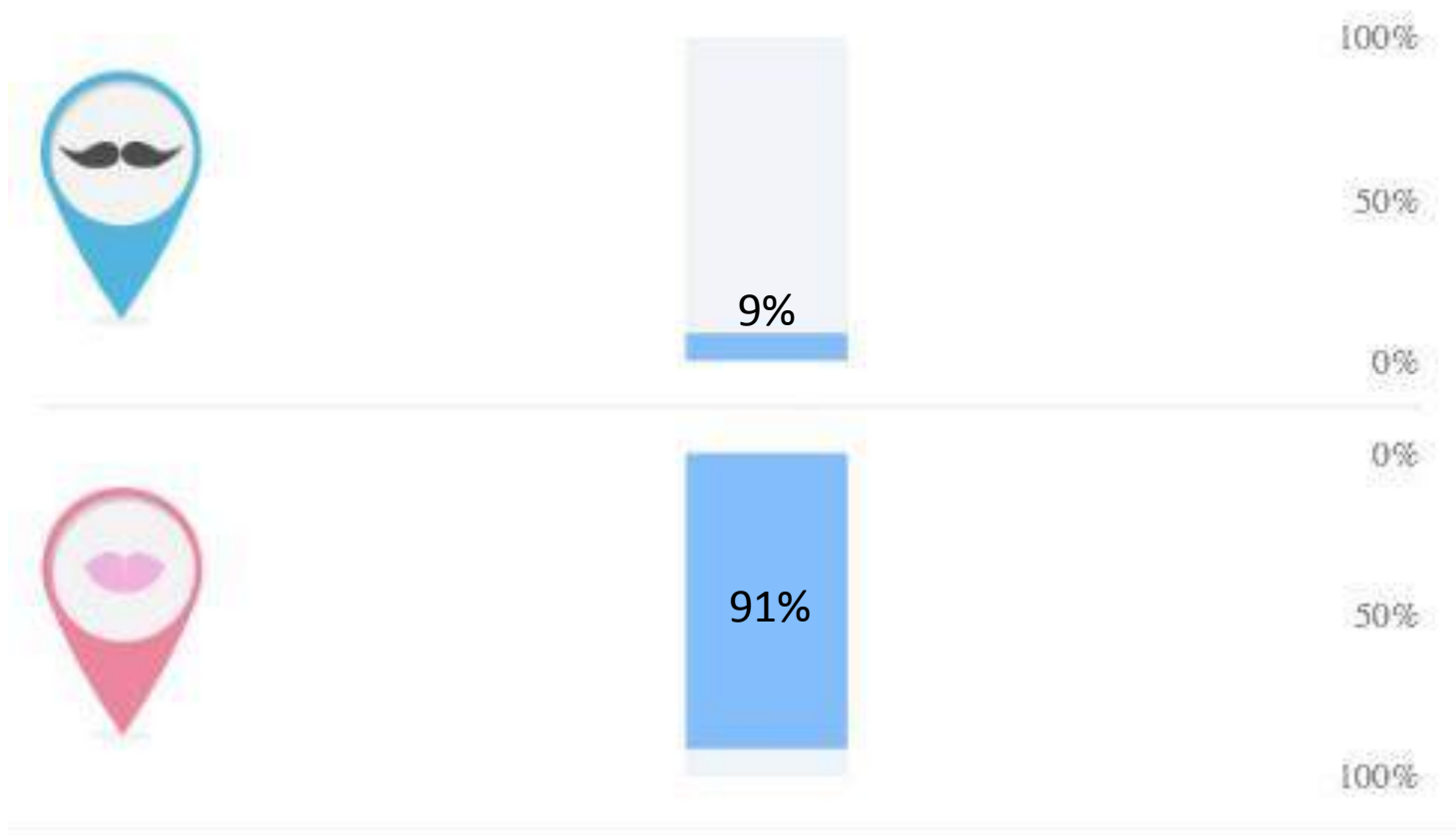
1. 文案主要引导消费者点图，但点图部分并不计入互动率计算部分
2. 建议可以增加“抢购”、“开抢”、“霸占”等比较鲜明的字眼来提醒用户购买
3. 符号【】可用于引导用户动作，或突出重点利益点的字眼

**#守护你的笑容#
用户是谁**



人群画像 > 性别分布

性别分布



极度女性化的话题

此次参与话题的91%
为女羊毛，是微博大
盘数据3.23倍

人群画像 > 年龄分布



年轻化

超过67%参与话题的用户为年轻的90后、95后，是极其活跃的微博用户

人群画像 > 地域分布



集中在沿海发达地区

- 广东是互联网大省，从人口比例上此次话题十分活跃
- 上海、江苏、福建等城市也是活跃用户集中的地方

人群画像 > 星座

星座分布



有洁癖的大处女突出重围

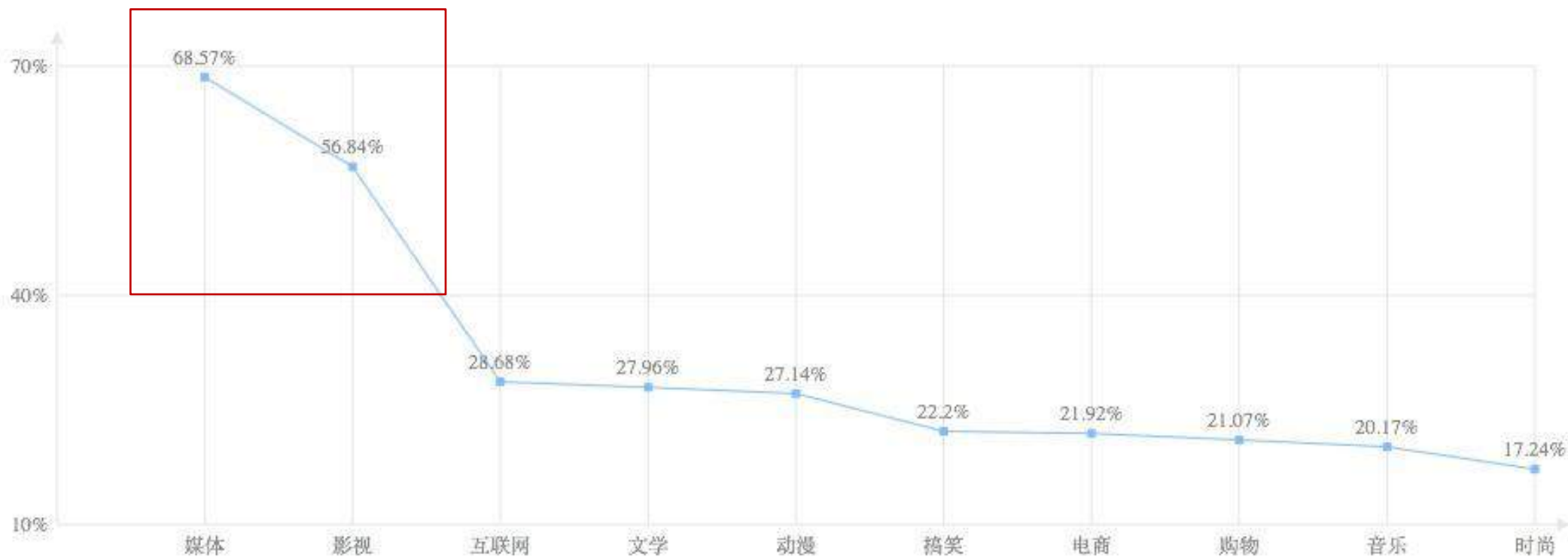
- 和杨洋一样，从用户填写的生日资料可以看出参与此次活动的用户处女座数量较多
- 后续沟通文案风格，可尝试偏向处女座风格

人群画像 > 兴趣

媒体和影视兴趣尤为突出

- 后续运营内容中，可更多提及或与媒体和影视相关内容互动

用户兴趣



注：媒体兴趣-媒体账号/媒体人账号或内容；影视兴趣-电视剧、电影相关账号或内容

人群画像 > 活跃时段

整体活跃完胜平均值

- 参与话题的羊毛们较微博普通用户活跃时间多1.5倍左右
- 从上午11点起，羊毛们开始活跃，午间12点成为第一个小高峰
- 晚上18-22点活跃度为全天最高



Thank You!

