

老铁脱发拯救计划

防脱生发新线市场“抢滩登陆”，双十一大促心域流量蓄水

广告 | 脱发掉发秃头怎

发要去哪个



品牌报奖阐述



振东达霏欣作为OTC防脱生发赛道中米诺地尔类产品市场占有率前二的品牌，希望挖掘新线用户的消费潜力，开拓品牌新增量，为此双十一大促前夕联合快手打造整合营销campaign——老铁脱发拯救计划，患教科普+内容种草+IP借势组合出击：

《脱发健康话题》提升科学认知，科普有效成分；
《快手短剧双重奏》强化爆款效应，加速女性圈层渗透；
《登陆月光岛》跨界IP合作，链接年轻用户，输出品牌理念；
《1024程序员特别企划》高浅人群圈定，俘获品牌好感。
快手四步曲，助力达霏欣抢滩新线市场，实现心域流量蓄水。

营销背景

振东旗下的达霏欣希望“掘金”新线市场，
打造“治脱又生发的专家品牌”

BUT 新线对科学防脱认知不足品牌该如何做？



营销目标



科普患教—新线用户脱发认知提升，科普米诺地尔成分



心智种草—品牌潜力人群心智影响，如有需求用达霏欣



助攻销量—双十一大促预热造势，争取促进品牌增量

● 解决方案—平台选择

快手流量与新线用户占比持续增长，布局快手就是布局增量市场

快手的国民级流量

覆盖中国移动互联网用户60%

9.4%
yoy

6.85亿

2023年Q3快手应用平均 MAU

6.4%
yoy

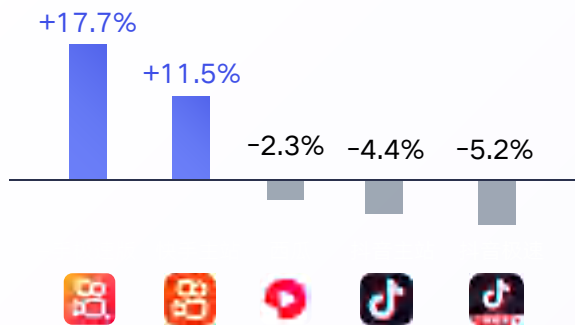
3.87亿

2023年Q3快手应用平均 DAU

新线人群增长遥遥领先

覆盖全网 44.3% 的三线及以下城市用户

TOP5短视频平台中，仅快手实现新线人群增长



防脱生发高需求市场

老铁防脱生发需求旺盛是增量蓝海



* 数据来源：2023年Q3财报，快手内部数据

* 数据来源：QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2023年5月

* 数据来源：快手内部数据

解决方案-执行策略

细分达霏欣产品受众，结合不同老铁内容偏好制定差异化策略

打透核心人群

已经有脱发症状
积极寻求解决办法

热爱运动雄性激素
加速脱发症状

阶段
策略

健康话题

真相吧亚运

医生科普，权威证言

借势热点，深度辐射

种草潜力人群

年轻女性为主
脱发带来颜值焦虑

潮流Z世代
脱发市场主力军

互联网打工人
高强度脑力“后遗症”

短剧双重奏

登录月光岛

1024活动

优势IP结合，心智种草

巧借流量，实现破圈

高潜人群，好感俘获



用户心智影响：

脱发疾病困扰

选择

米诺地尔

等于

达霏欣

执行过程

2023.8

2023.11

患教科普

专业证言，科普成分效果

《脱发健康话题》

专业提升脱发科普提升科学认知

《真相吧！亚运》

解读真相，守护热爱运动老铁

场景种草

短剧双重奏，女性圈层渗透

《主题征稿大赛》

美妆短剧双垂类达人还原脱发场景

《让爱从头开始》

潜力剧目合作，边看剧边种草

跨界IP借势

结合热度IP链接年轻态度

《登陆月光岛》

时尚潮流IP合作，品牌理念强输出

公益关怀

高浅人群圈定俘获好感

《1024程序员日》

向精准人群传播脱发debug方法

拯救计划第一步：科普患教

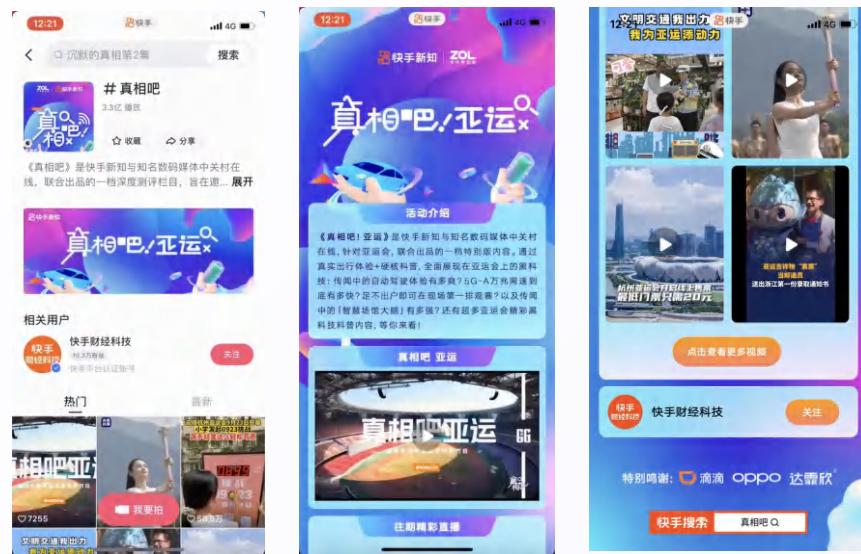
快手皮肤科医生脱发疾病健康科普，普及米诺地尔防脱生发成分效果

1. 头部医生输出科普内容，科普患教



面对患者联合快手健康50位专业医生发起脱发健康科普话题

2. 借势亚运热点解读运动带来脱发的真相



守护快手喜爱体育运动的老铁，雄性激素带来的脱发不用怕

用户心智变化：

脱发疾病认知提升

进化

米诺地尔有效成分选择

拯救计划第二步：场景种草

执行过程1：防脱主题征稿，美妆+短剧双垂类百位达人演绎防脱秘籍



头部达人打造爆款塑造品牌=防脱爆款必备用品的品牌印记



@青岛大姨张大霞
作品播放1400w+
作品点赞67w+

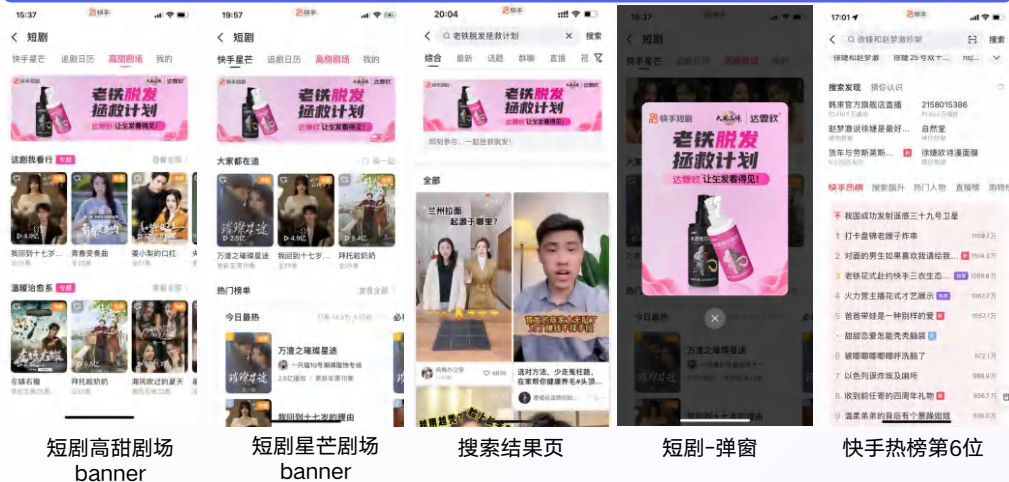


@萧卓同学
作品播放1200w+
作品点赞61w+



@周小闹
作品播放1000w+
作品点赞31w+

站内优质资源覆盖，为征稿大赛引流，吸引更多参与



话题播放量
8亿+

活动征集作品
4054

产出热门爆款视频
3部

拯救计划第二步：场景种草

执行过程2：OTC类目全网首次短剧合作，爆款短剧加速女性圈层渗透



总播放量

9亿

总互动量

1490万+

6集植入+1集番外

植入集播放量

3.2亿+

植入集互动量

695万+



播出规格

10/23-12/13 | 共20集

发布账号

@破产姐弟

剧情梗概

女主爸爸再婚的女人是她前男友的亲妈，这让本就不对付的两个女人仇上加仇，关系也是雪上加霜。决心与后妈斗争到底，立志把后妈赶出家门的女主，却在日常相处中慢慢发现了爸妈婚姻破裂的真相，而那与后妈无关，而后在后妈的关怀爱护下，女主慢慢接纳了后妈。后妈还想方设法解开了自己和前男友的误会，最终女主接纳了后妈....

达霏欣丰富多元的品牌权益植入触点，花式植入让女性TA边看剧边种草



品牌花字



剧情植入



产品特写



品牌角标



片尾鸣谢



合集N插1

产品融入高能剧情和共鸣感生活场景，成为推动故事发展的助攻Buff

【EP03】甜蜜Buff



流星真的会让人变得情绪不稳定吗？

植入场景

后妈和爸爸结婚当天，女主和后妈因流星起冲突，爸爸安慰后妈

品牌信息

- 医院皮肤科开具
- 国家药监局认证
- 女性2%浓度、副作用低刺激小
- 3个月长小绒毛
- 适合脂溢性脱发

【EP04】贴心Buff



肱二头肌发力新手妈妈，好心人伸张正义竟被继女网暴？

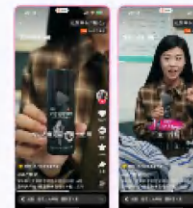
植入场景

被后妈帮助的宝妈，解开了女主对后妈的误会

品牌信息

- 适合产后脱发宝妈放心使用
- 医院皮肤科开具
- 女性2%浓度、配合上药器
- 三盒一疗程
- 双11促销

【EP06】反转Buff



贵妇的老师还算好老师吗？

植入场景

女主和后妈解开对王老师的误会，并帮他洗脱冤屈

品牌信息

- 减肥熬夜引起的脱发
- 5%浓度适合男士
- 三盒一疗程
- 双11促销

拯救计划第二步：场景种草

执行过程2：剧目影响力不止步于快手，热播期间持续抢占多个短剧热榜

APP Store及微博宣发助攻

快手短剧官博发布预告/片花

APP Store 弹窗

APP Store Banner

猫眼 短剧热度榜



TOP3 * 8次

猫眼全网榜单



TOP1 * 21次

猫眼快手榜单

德塔文 短剧景气指数榜

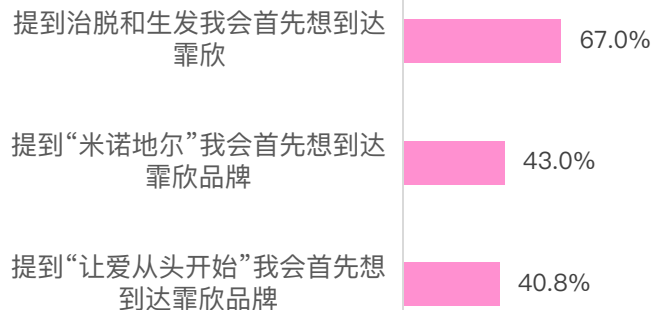
上榜6次 | 最高排名TOP10



拯救计划第二步：场景种草

执行过程2：搭载短剧爆款优质内容种草，助攻达霏欣抢占品类竞争优势

短剧植入对品牌与品类/成分关联度的影响



数据说明：秒针 - 达霏欣《让爱从头开始》广告效果评估调研（曝光组N=412）
以下是一些针对品牌与短剧合作的评价，请您根据自己的同意程度进行选择。（多选）

「米诺地尔」相关搜索热词 TOP10



关联治脱生发品类核心成分“米诺地尔”的搜索热词，达霏欣强势占领优势地位；且短剧播出期间，达霏欣的搜索热度占位优势更趋显著

短剧播出前

2023.9.30-10.22



数据来源：磁力智策

短剧播出后植入集上线期

2023.10.23-11.15



拯救计划第三步：跨界IP借势

携手快手&时尚cosmos特别企划链接年轻人精神世界，迎接好事发生

走心预热制造共情



达霏欣定制TVC《好事发生》



活动TVC品牌植入及鸣谢

IP深度绑定强势曝光



活动联合宣发+直播间资源

线下跨界策展限定营业



达霏欣“登陆”外滩花旗大屏

上海金融中心，拯救千万个毛囊

权威媒体/营销大号公关传播



项目总曝光**34.1亿+**，直播总场观**7013w+**，微博话题阅读量**1.4亿+**，快手话题播放量**10.8亿+**，全网热榜**18次**

拯救计划第四步：公益关怀

1024程序员节焕发快闪店落地铁厂，向精准人群传播脱发debug方法



趣味“体检”吸引老铁参与义诊互动



1024节日送上品牌关怀



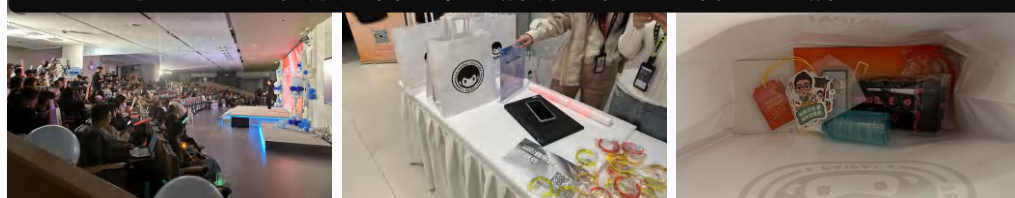
站内社群分享吸引参与活动



园区内健康小屋+写字楼电梯+娱乐区域74处大屏为活动预热



快手1024程序员音乐节品牌伴手礼+口碑树立品牌好感



精准圈层触达
1.5万+

线下活动参与人数
2000次

音乐户会品牌福利
300份

双十一周期品牌全面触达

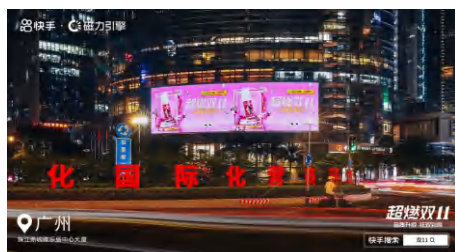
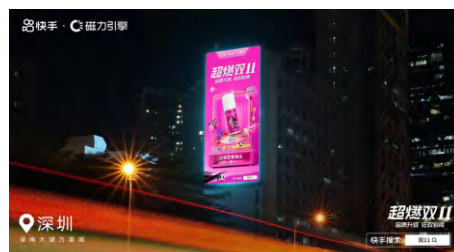
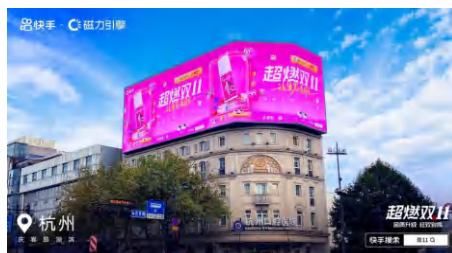
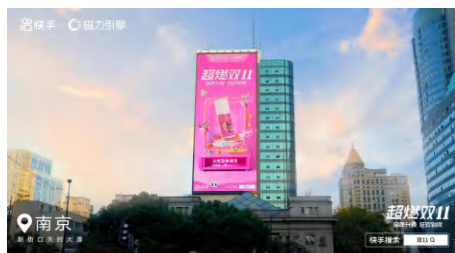
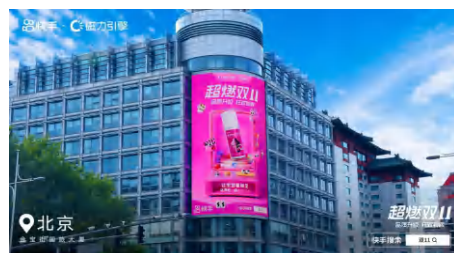
大促期间精准定向脱发需求用户，发送专属优惠券，促进销售转化





市场资源加速品牌破圈

双十一前夕磁力引擎x达霏欣联合海报落地全国九城，助力大促声势



共计覆盖北京、上海、广州、深圳、杭州、南京、成都、厦门、长春9个城市

5350w+

整体曝光预计

品牌收获

长效蓄水助力达霏欣双十一实现品效销全面增长，领跑OTC防脱赛道

强效曝光

85亿+

多项目总曝光量

品牌内容播放41.3亿+

优质达人视频量4000+

精品星芒短剧1部+

心智教育

TOP1

防脱生发赛道OTC

达霏欣快手站内品牌
搜索量峰值增长

+11923%

人群沉淀

1.7亿+

品牌5R人群资产积累

成为快手医药大健康行业人群资产

TOP1品牌

销量助攻

300%+

双11期间阿里渠道GMV增长

快手站内品牌实现内循环

OTC销售闭环

累计销量3000+件

汇报完毕
谢谢观看

广告 | 脱发掉发秃头怎

发要去哪个

