



NUTRILITE® | n* | 5
纽崔莱®

健康年货节

只要你健康 就是好年

安利作为全球直销保健食品优质领导品牌

自1934年起，通过87年不断研究，坚持以可持续的方式种植植物原料，科学萃取自然净化
是全球唯一在自有农场栽种、采收及生产植物原料将其制成维生素/矿物质及营养补充食品的全球领导品牌
将每一份优质健康送到每一个顾客手上，一起畅享健康活力的优质生活

- 项目背景

后疫情时代TA对健康越发关注，纽崔莱春节促销有别传统TC电商促销，
自有云购平台销售，流量集中流入

捆绑安利官方公域资源+强攻纽崔莱营销人员（ABO）私域阵地



- 项目目标

- 1 借助**CNY节点搭建场景**，助力纽崔莱营销人员（ABO）利用私域流量推广纽崔莱产品，拉升年货节销售
- 2 官方及公域社交化沟通传播拉高整体促销形象，**提升纽崔莱营销人员（ABO）及外围用户关注**
- 3 **制定针对纽崔莱四大人群需求及功能点产品组合推广方案**，刺激年货节销售目标

- CORE IDEA -

只要你健康，就是好年！

动荡不安2020年，新冠来势汹汹

人们对于健康是恐慌、是焦虑、是不安、是各种担心

往年新年都在想新的一年要更有钱、事业更成功、买房子、小孩更聪明.....

这一年他们面对焦虑不安，他们只想可以过个好年

对于所有在意的人，只有一份简单的期许，健康就是最好

只要你健康，就是好年！

核心条件 “只要”

“只要” -将私域元素纽崔莱营销人员（ABO）作为辐射四大人群的情谊绑定抓手，引发共鸣

“只要” -纽崔莱，针对不同功能点抓手解决不同健康需求

核心角色 “你”

纽崔莱四大人群
自己、伴侣、孩子、父母

To自己：看得见的“变好”

To伴侣：情谊的表达

To孩子：快乐成长的样子

To父母：依然精神抖擞

核心痛点 “送健康”

新年健康场景1+N

自己：健身、瑜伽、向上

伴侣：贴心的健康关怀及呵护

孩子：玩耍、陪伴

父母：健康的体魄广场舞

由点到面，打造新年健康暖心群像，为四大人群健康需求赋能

只要你健康，就是好年！

Part1-以情动人

以情动人撬动对父母、孩子、
伴侣、自我关怀的深层共鸣。
夹持产品优惠，触发购买欲。

官方+私域社群+朋友圈

Part2-以利动人

直播间&社群&范丞丞粉丝经济朋
友圈，同步发力，结合场景营销，
利用促销机制，进行私域沟通转化
销售

官方+私域社群+公域直播

Part3-长尾辐射

纽崔莱营销人员(ABO)私域长
尾发力，再次叩击情感/健康
需求，引燃“只要你健康就是
好年”年货last call
口碑&话题双丰收

公域社群+私域社群齐发力

- 项目实施

自有电商平台 安利云购

- 自建电商平台掌握主动权
- 用户数据强沉淀利于二次营销



- 项目实施

PART1· 以情动人：新的一年，希望在意的人健健康康针对不同人群人群全面沟通引流安利云购甄选健康好礼，贯穿“只要你健康 就是好年”

新的一年成为更好的自己，热爱生活

相互依偎彼此依靠，爱在一起，吃在一起



KV

父母的陪伴，健康快乐的成长

广场舞阵地里最闪亮的父母

纽崔莱官微霸屏



官方资源强曝光：安利云购、安利官微、纽崔莱官微、安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员（ABO）私域社群

- 项目实施

PART1 · 以情动人：映射纽崔莱营销人员（ABO）身边的四大人群，
以全家福前置送礼场景形式进行情感链接

KV

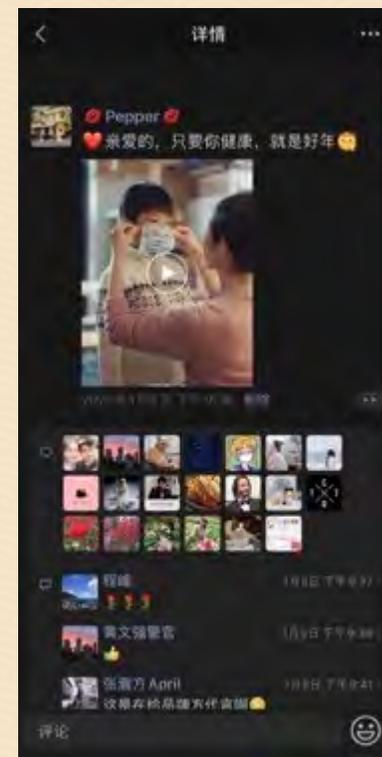


官方资源强曝光：安利云购、安利官微、纽崔莱官微、安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员（ABO）私域社群

- 项目实施

PART1 · 以情动人：四大人群之间“只要你健康 就是好年”的在意情感诠释，贯穿主题，15sCut 版本供纽崔莱营销人员（ABO）及TA私域转发，朋友圈分享

VIDEO



官方资源强曝光：安利云购、安利官微、纽崔莱官微、安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员（ABO）私域社群

- 项目实施

PART1 · 以情动人：针对四大人群健康功能点需求，用插画形式凸显CNY气息，
并为其制定的健康解决方案

POSTER



私域强曝光：安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员（ABO）私域社群

- 项目实施

PART1 · 以情动人：结合四大人群众属性采用更接地气的实景Shooting方式，和定制健康解决方案以创意海报呈现

POSTER



伴侣-肠道营养



儿童-儿童营养



父母-骨力营养



白领-轻颜营养



私域强曝光：安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员（ABO）私域社群

- 项目实施

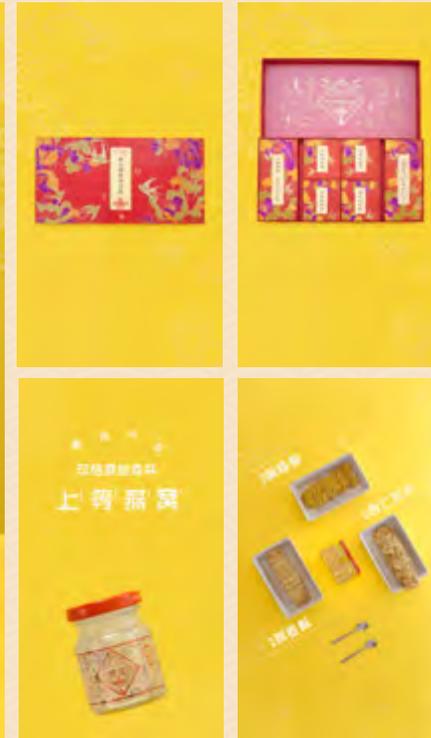
PART2·以利动人：以赠品开箱视频及趣味定格视频展示赠品丰富度强刺激用户

开箱视频

VIDEO1



VIDEO2



官方资源强曝光：安利云购、安利官微、纽崔莱官微、安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员（ABO）私域社群

- 项目实施

PART1·以利动人：根据纽崔莱营销人员（ABO）购买倾向，定制单赠品海报详细剖析协助纽崔莱营销人员（ABO）私域分发

赠品海报



私域强曝光：安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员（ABO）私域社群

- 项目实施

PART2· 以利动人：强化功能点需求制定帮助纽崔莱营销人员（ABO）在私域流量池推广健康解决方案

产品定制组合促销海报



骨力营养组合



心血管营养组合



塑形营养组合



免疫营养组合



轻颜营养组合



肠道营养组合



儿童营养组合

官方资源强曝光：安利云购、安利官微、纽崔莱官微、安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员（ABO）私域社群

- 项目实施

PART2· 以利动人：范丞丞强明星效应助力纽崔莱营销人员(ABO)吸纳新用户，提升营销人员(ABO)谈资效益

POSTER

明星加持



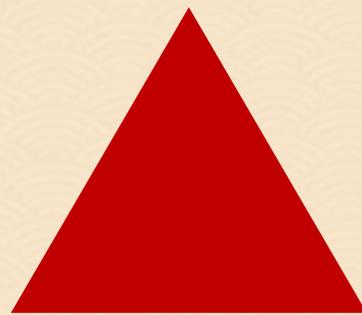
私域强曝光：安利云知道、安利头条、纽崔莱营销人员 (ABO) 私域社群

- 项目实施

PART2·以利动人：公域流量直播预热吸流量，私域阵地协助纽崔莱营销人员（ABO）服务社群，紧跟直播节奏，开启云购销售大战



直播强销售



公域强曝光

私域深沟通



PART2·以利动人：直播BIG DAY爆发，只要你健康就是好年直播大促

- 辩论大魔王黄执中牵头暖场
- 各主播促销信息趣味传递
- 结合场景进行产品组合推荐
- 直播互动奖品不断，2小时持续热度



- 项目实施

PART3·长尾辐射：叩击纽崔莱营销人员（ABO）情感&健康双向需求，
引流安利云购持续拉动销售

产品促销海报



仅**2**小时直播

在线观看人数 **145.5**万

在线互动人数超 **4373**万

业绩突破 **3.63**亿



纽崔莱健康年货节项目围绕 **“只要你健康 就是好年”** 的核心策略，
从**情感沟通、促销信息传递、产品组合推荐、赠品种草、外围造势**
等多维度与ABO及C端消费者进行了深入沟通，
“以情动人” 配合 “以利动人” 的传播策略，紧密结合营销big day引爆销售，
达成**直播两小时销售额3.63亿元**的业绩，
并在促销开启后根据赠品销售情况灵活调整销售策略，加速销售业绩达成。

NUTRILITE
纽崔莱 | n* | XS

健康年节

THANK YOU

只要你健康 就是好年

