

维达联手京东玩转内容营销 助推 618 年中购物节

罗敏瑜报道 京东 618 大促落幕，其中，维达品牌作为京东 618 “王牌代言”唯一纸品品类品牌，与京东玩转内容营销，致力构筑高品质生活卫生用品典范，业绩表现亮眼。数据显示，维达品牌京东 618 销量破亿，同比增长达 63%，纸品类销量第一。

靓丽的销售业绩背后，是维达品牌对 618 的精准营销布局。基于对目标用户的深入洞察，维达品牌联手京东，通过互动视频霸屏、明星直播及中国品牌盛典秀国货等宣传方式，凭借优质创意内容与强大资源投入，成功将大流量转化为购买量，并通过线上线下资源有效整合，为品牌创造商业价值的最大化。

除了娱乐化综艺化的直播，维达品牌更充分结

合京东 618 期间各大营销节点，结合各渠道资源特点进行精准资源有效投放，撬动销售增长。同时，深谙整合营销精髓的维达品牌，在充分巧用互联网推广的前提下，并没有忽视传统渠道。维达品牌根据不同使用场景，以更加有效的消费者沟通语言，对公交站牌、机场到地铁灯箱等传统渠道进行全覆盖，提升转化率。

娱乐性话题设置、体验式产品互动、全媒体资源整合……维达品牌实现了娱乐性与商业性的平衡。这是维达品牌成功脱颖而出，成为京东 618 “王牌代言”唯一一个纸品品牌的原因，也是维达品牌在 618 期间销量惊人的缘由。✎