



Top  
Mobile  
Awards

# 雀巢咖啡大咖节

- ◆ 广告主：雀巢咖啡
- ◆ 所属行业：食品-消费品
- ◆ 执行时间：2015.10.8-2015.10.30
- ◆ 参选类别：电商营销类

案例视频观看地址：

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMTY2Njc4MjY2OA==.html?beta&](http://v.youku.com/v_show/id_XMTY2Njc4MjY2OA==.html?beta&)



扫一扫看视频



Top  
Mobile  
Awards

---

# 背景&目标

# 背景&目标

- 品牌营销的背景和初衷是什么？
  - ——小众、个性以及各类进口品牌挤压速溶咖啡市场，雀巢逐渐失去了市场的领导地位，亟待化解竞争实现品牌年轻化升级。
- 最终想要实现怎样的目标？
  - ——在竞争激烈的大环境下脱颖而出，大幅提升目标消费者的参与度，增强雀巢咖啡各品类在速溶咖啡市场的领导地位，并在双十一之前引发销售热潮是此次传播的任务。
- 目前面临的挑战和困境是什么？
  - ——双十一购物节已经深入人心，在双十一前夕，电商平台售卖压力增加，消费者大多处在观望期。
  - ——替代性竞争品牌增多，雀巢品牌面临更多干扰，传播成本增加。
  - ——受众圈层话语权动摇，雀巢咖啡品牌人群老龄化，而网购人群日益年轻化，年轻白领已经占消费主导地位



Top  
Mobile  
Awards

---

# 洞察&策略

## 洞察

年轻的网购人群占消费主导地位，他们热衷移动端社交，喜欢新鲜有意思的话题。他们不再局限于关注大明星，各领域的有趣大咖也深受他们的推崇，他们喜欢与这些草根大咖有所交集，乃至与他们社交。为此，我们看到了沟通机会，雀巢咖啡想要打动这群年轻受众，就需要围绕消费者兴趣，赋予新的销售动机——雀巢咖啡不止是咖啡，它能帮你打开社交圈。

NESCAFÉ  
雀巢咖啡

大咖啡节

“一杯雀巢咖啡  
遇见有意思的人”

一杯雀巢咖啡，遇见有意思的人。赋予雀巢咖啡新意义，咖啡是有意思的“催化剂”，一杯咖啡可以创造有意思的相遇。





雀巢咖啡联合12位有意思的大咖，让用户用一杯咖啡，就可以和他们在24小时不打烊的虚拟咖啡馆来一场有趣的偶遇，聊得愉快时，他们还会请用户喝咖啡。用户更可以召唤他们来到身边一起喝咖啡，聊聊有意思的话题。整个活动充分发挥12位大咖的影响力，持续吸引目标人群的关注，并将流量转化去电商平台，



Top  
Mobile  
Awards

---

# 媒介&执行

## 传播手段与渠道

整个活动联合线上线下，多方跨界，集体造就 #大咖节#，让用户用一杯咖啡遇见有意思的人。从吸引关注、深度沟通，多维度的内容和渠道，成功将用户的关注度转换成购买。

三方跨界  
制造话题

利用跨界合作曝光 #大咖节#，  
利用大咖知名度，吸引关注。

呼叫大咖  
与大咖亲密接触

天猫京东  
集体造节

电商 #大咖# 主题回应，  
集体造节，创造购买时机。

电商大咖会场  
打造大咖节

深度体验  
转换销量

打造虚拟咖啡馆，让网友与诸大  
咖互动交流，并转化购买。

在虚拟咖啡馆  
和大咖聊天

## 跨界联合，制造话题

雀巢咖啡联合年轻白领常用的平台/工具：滴滴出行、天猫超市，三方跨界为活动预热，引发 #一杯雀巢咖啡遇见什么# 的悬疑话题。



2015.10.12 - 2015.10.13



有意思



2015.10.12 - 2015.10.13



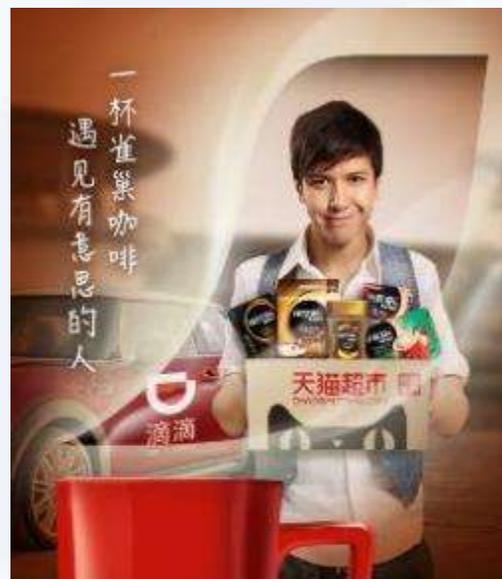
有意思



2015.10.12 - 2015.10.13



有意思



2015.10.12 - 2015.10.13



好妹妹乐队·丁一晨·艾力·腓中

三大官方平台发布悬疑海报，为活动造势

揭晓悬念，引出三方跨界合作

紧接活动预热之后，滴滴红包、淘口令、商务楼宇广告、天幕广告等密集覆盖，将活动信息精准到达目标受众群。



滴滴红包



淘口令



商务楼宇广告

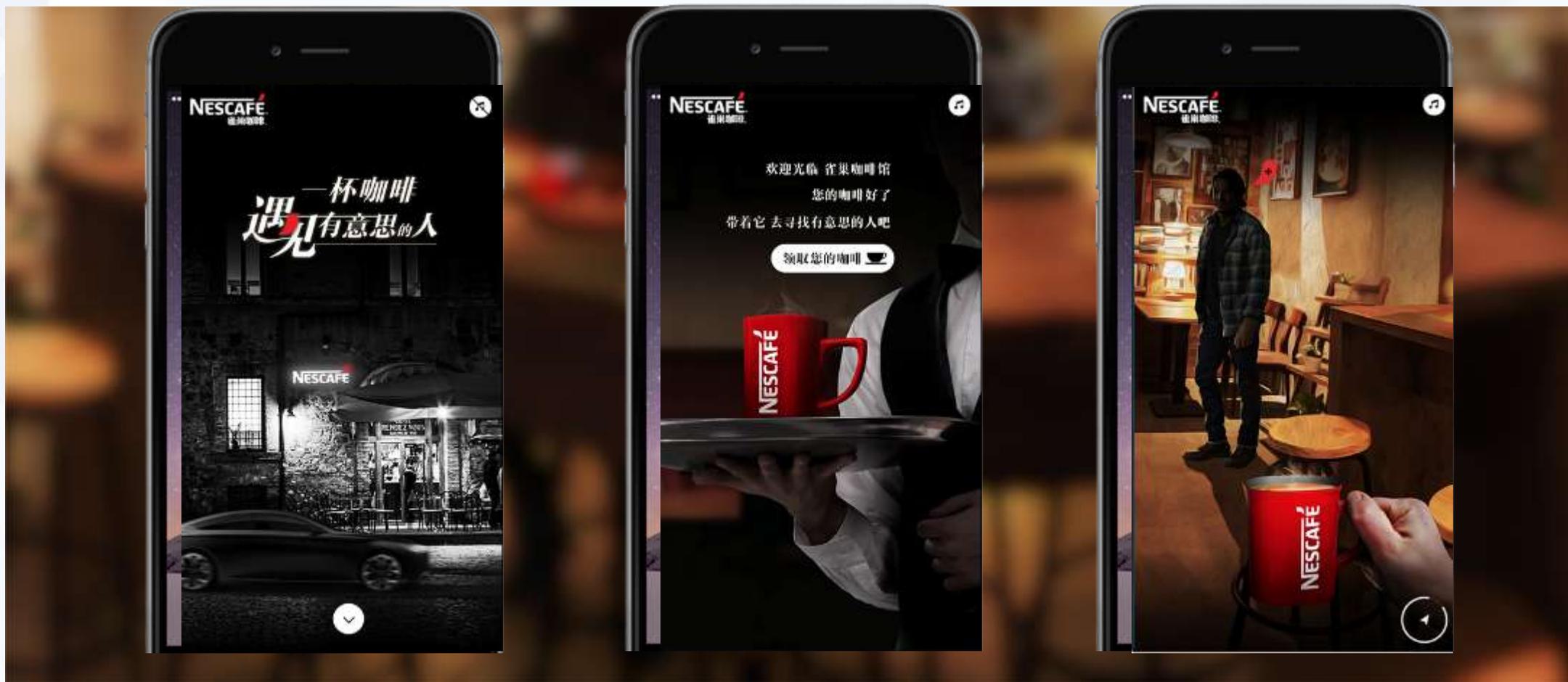


天幕广告



## 深度体验，转换销量

为了让用户更深入体验 #一杯咖啡遇见有意思的人#，雀巢咖啡还打造了一间24小时不打烊的虚拟咖啡厅，手机就是你的雀巢咖啡杯，拿起手机，随处走走，没准就可以碰到一位神秘的趣味大咖。12位有意思的大咖随时恭候，等着你遇见，甚至为你买单。



虚拟咖啡馆多重亮点，吸引用户探索，偶遇大咖。

技术创新：360度全景，陀螺仪感应控制



VR技术带给用户手持咖啡杯置身于咖啡馆中的真实体验



雀巢咖啡主题元素贯穿：产品海报、咖啡机



逼真现实体验：动态猫咪、蜡烛、盆景，引人入胜。



360度全景咖啡馆

虚拟现实技术 (VR技术)

陀螺仪感应控制

雀巢咖啡主题贯穿

随机大咖出现，总有喜欢的

高逼真现实体验

一对一聊天环境



## 天猫京东，集体造节

两大电商平台天猫超市、京东商城大促，优惠刺激吸引消费者购买，带动销量提升。无论是看重流量的JD，还是跨界引关注的猫超，大咖节在双11前释放了消费者的购买力，引发了电商购物潮，雀巢咖啡在JD和猫超已然成为最热销产品。



Top  
Mobile  
Awards

---

# 效果&反馈

# 效果&反馈

通过天幕广告、楼宇广告、视频、H5等多种传播手段，本次活动实现了：

曝光量126,007,227人次，与年轻白领互动1,450,000次，超出预期26%；

雀巢虚拟咖啡馆客流量达到260,000人次，日均客流量13,000人次，超过实体主题咖啡馆1200%，超出预期45%；往电商引流155,955人次，超出预期55%；

三方跨界活动获得60,000,000人次曝光，产生了近500,000次的互动，北京区域预约大咖专车的参与者达到12,000人；7家主流媒体对跨界事件进行了报道，获得曝光9,450,000人次；

活动期间京东和猫超电商平台订单量总计突破5,000,000单。

#一杯雀巢咖啡，遇见有意思的人# 10月百度指数突破2000，是竞品品牌声量的6倍；

大咖和优秀的自媒体内容，带来高达50%的互动转换率，雀巢大咖节作为咖啡专属节日，深受年轻白领热捧