



Top
Mobile
Awards

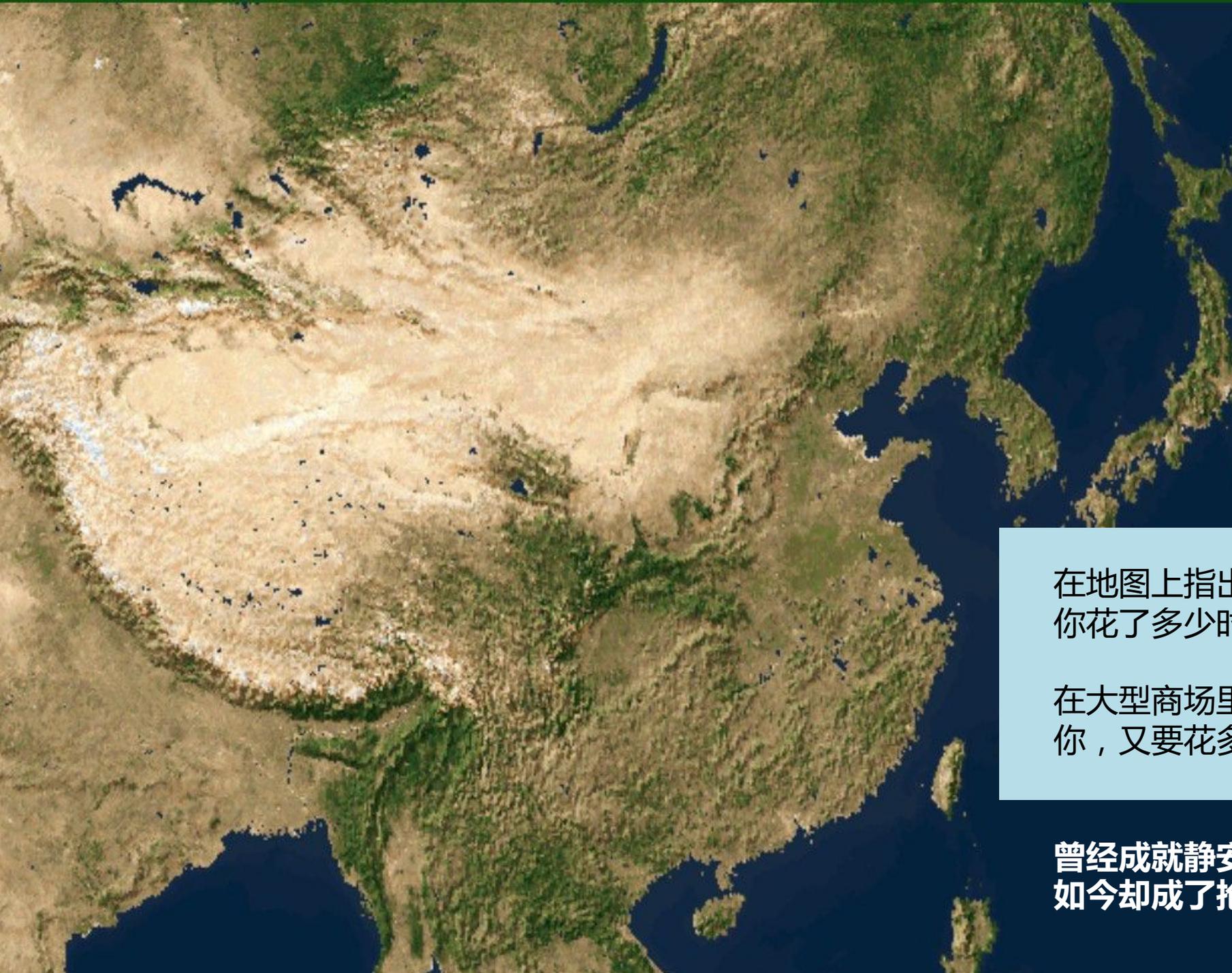
『看得见』的展览

- ◆ 广告主：**静安嘉里中心**
- ◆ 所属行业：**大型商场中心**
- ◆ 执行时间：**2015.12.01-2015.12.31**
- ◆ 参选类别：**互动体验类**



Top
Mobile
Awards

背景&目标



在地图上指出自己的家...
你花了多少时间？

在大型商场里，找个能见度低的商场展览...
你，又要花多少时间？

**曾经成就静安嘉里中心的众多入驻商
如今却成了抢夺自身展览TA的最大竞争者...**

Objective

『看不见』商场展览

诱惑太多
展览元素单一
展览和消费者无连结

『看得见』商场展览

增加观展群众的停留时间
提高商场展览被看见的机会
展览与民众产生互动





Top
Mobile
Awards

洞察&策略



Analysis

人类注意力比金鱼还要弱！

在诱惑繁多的商场内，平均一百个内容只有三个能被消费者『看见』

唯有提供多方刺激，提高消费者注意力、吸引受众眼球，商场展览才能有被看见的机会



**我们发现
对于目标族群来说...**

**商场不只眼前的血拼
还有免费的WIFI**

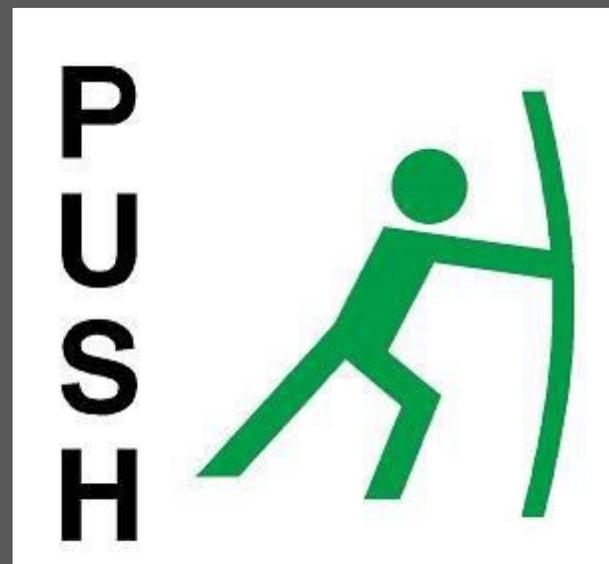
**每个登入页面
便是提高大众注意力
让商场展览被看见的机会！**

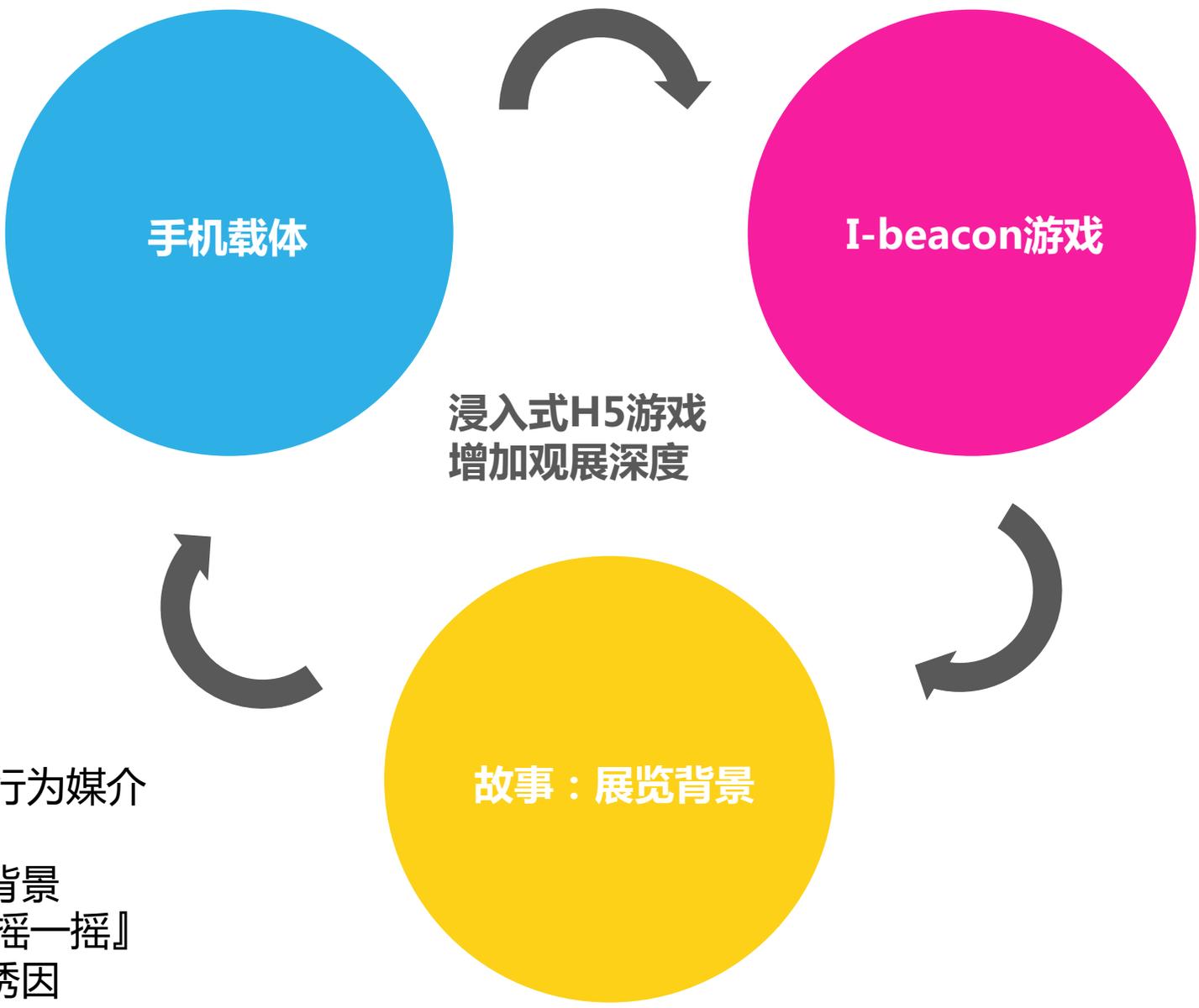
Discovery

然而，看见 ≠ 『看得见』

看见，并不会驱使目标族群好奇

要增加观展人流
須有更引人入胜的行为诱因





手机载体

I-beacon游戏

沉浸式H5游戏
增加观展深度

故事：展览背景

Strategy

运用『登入WIFI』时的行为媒介
提供手机H5游戏
游戏故事以展览内容为背景
当中，加入『I-beacon摇一摇』
强化展览的停留时间与诱因

『我们的圣诞造梦时光机』

“H5游戏”



游戏以展览内容为背景故事，
强化两者与群众间的关连性，
丰富展览层次

“I-beacon摇一摇”



新科技与寻宝活动的结合，增
加群众的逛展面积与停留时间，
达到『看得见』之目的



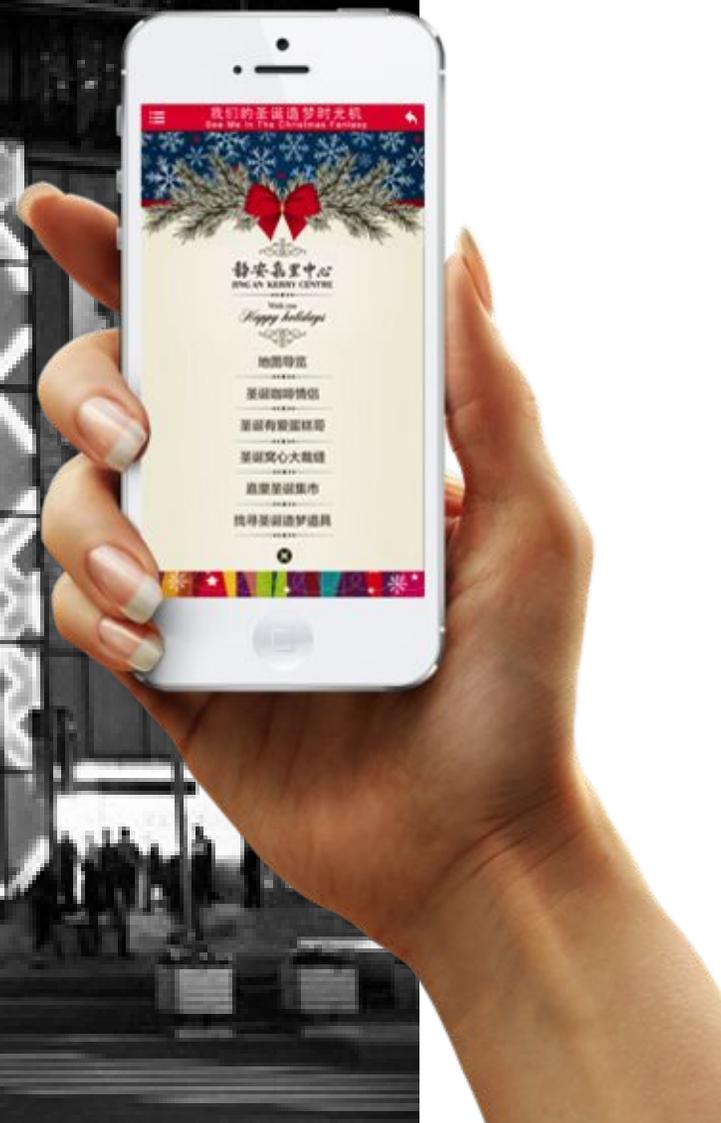


Top
Mobile
Awards

媒介&执行

静安嘉里中心
JING AN KERRY CENTRE

3个商场展览
11个主出入口
45个I-beacon配置



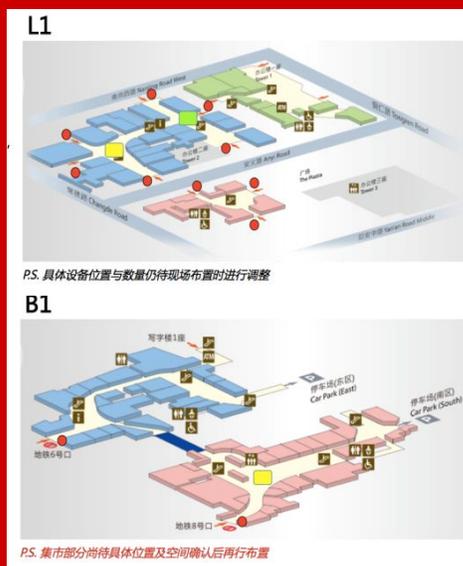
How



展览地图导览



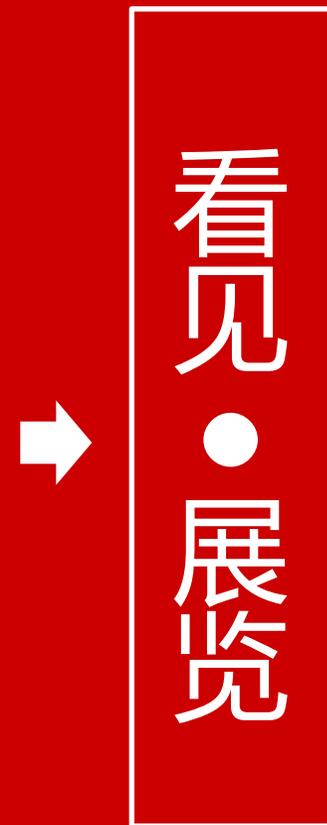
展览介绍



展览寻宝活动



DP点藏宝



完成展览



现场执行

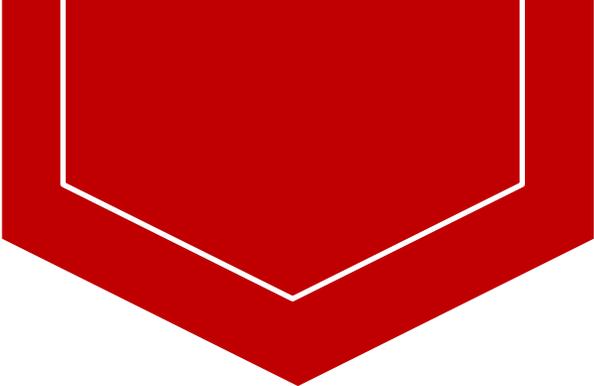
商场展览xH5游戏

引导人流经过商场展览内不同点位并且增加停留时间



Top
Mobile
Awards

效果&反馈



科技运用 + 创新包装 =

