

杜蕾斯 Love Tickle

- ◆ 广告主：杜蕾斯
- ◆ 所属行业：消费品类
- ◆ 执行时间：2016年2月14日
- ◆ 参选类别：创意类

视频链接：

http://m.youku.com/video/id_XMTY2Njc4MTQ0MA==.html?beta=



扫一扫看视频



Durex Love Tickle

一款可以传递爱人触感的Apple Watch APP

项目背景:

Apple Watch深受关注,然而专门为 Apple Watch 设计的APP却远远落后于市场需求。杜蕾斯希望设计一款可以促进情侣更亲密的APP,以此来吸引年轻用户,强化杜蕾斯“让爱更亲密”的品牌主张,并提升品牌高端形象。

洞察:

如何让爱更亲密?神经心理学研究表明,身体接触会影响到脑内催产素、多巴胺等物质的分泌,这些物质有助于情感的和谐亲密,甚至有观点认为是多巴胺让我们有了爱情的感觉,所以身体的触摸是让爱情更亲密的关键。如今,很多年轻的情侣为了工作和学习,不能时常在一起,当另一半不在身边时,让爱的触碰能继续,是他们想要解决的问题。

创意:

把Apple Watch变成情侣触摸的媒介,用它可以传递爱人的触感。

效果:

- 发布24小时内关注量就冲破450万;
- 活动期间捕获近1600万人次的关注;
- 超过1万多种爱的触摸被传递;
- 近百家科技和游戏类主流媒体的报道,纷纷称它开启了Apple Watch的调情时代。



通过压力感应触控技术定制触摸的幅度、频率和节奏



利用Apple watch震动功能模拟情侣独一无二的触感。



还可以让情侣回应相同的触摸频率,玩一场触摸游戏



赢了,将有权索取奖励,输了将得到爱的小惩罚。



App Store



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景&目标

- 品牌营销的背景和初衷是什么？

杜蕾斯希望在2016年推出一款可以促进情侣感情的APP，以此来吸引年轻用户。

- 最终想要实现怎样的目标？

强化杜蕾斯“让爱更亲密”的品牌主张，并提升品牌高端形象。

- 目前面临的挑战和困境是什么？

2015年Durex借势Apple watch上市之初，推出Love tickle1.0“爱的惩罚”APP，让情侣在Apple watch上好玩“抓心”的情趣游戏，输的一方将得到爱的惩罚，该游戏深受情侣好评。一年多过去了，Apple Watch依然备受关注，然而专门为Apple Watch 设计的APP却远远落后于市场需求。杜蕾斯希望与潮流趋势、用户习惯更紧密结合，通过更多的机会与消费者沟通，增强品牌的好高度。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察&策略

- 通过对目标人群的洞察有怎样的发现？

如何让爱更亲密？神经心理学研究表明，身体接触会影响到脑内催产素、多巴胺等物质的分泌，这些物质有助于情感的和谐亲密，甚至有观点认为是多巴胺让我们有了爱情的感觉，所以身体的触摸是让爱情更亲密的关键。如今，很多年轻的情侣为了工作和学习，不能时常在一起，当另一半不在身边时，让爱的触碰能继续，是他们想要解决的问题。

- 整个案例的核心策略是什么？即借用哪些创新技术或媒介形态，以及怎样的创意诉求方式，完成品牌的营销目的。

杜蕾斯Love tickle，把Apple Watch变成情侣触摸的媒介，用它可以传递爱人的触感。通过Apple Watch的压力感应触控技术定制触摸的幅度、频率和节奏，并利用它的震动功能模仿触摸。甚至，还可以用它玩一场触摸游戏，当另一半回应相同的触摸频率时，TA将有权索取奖励，反之，将得到爱的小惩罚。

- 案例的最大亮点在哪？譬如创意性、技术性、互动性、精准性.....

技术性：利用Apple Watch的性能，开发压力感应触控技术等功能来实施效果。

互动性：随时随地消费者都可以进行互动，没有条件的限制。

创意性：打造情侣之间的小秘密吸引情侣



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

媒介&执行

- 微信KOL：选择虎嗅、极客公园等权威媒体平台传播该项目，提升杜蕾斯行业影响，打造科技创新的品牌形象；
- 贴吧论坛：深入目标受众聚集地，与网友产生深入互动，从网友角度讨论Love Tickle，演出优质UGC；
- 网络发稿：除门户综合类媒体外，增加IT、游戏、两性类媒体发布，精准覆盖目标人群，传递核心信息；
- 杜蕾斯微博微信自媒体：覆盖杜蕾斯品牌的忠实粉丝，影响力大；
- 喜马拉雅电台：通过喜马拉雅电台的“杜杜电台”的脱口秀节目，覆盖目标受众。
- 网易游戏Banner投放：选择门户网站游戏频道主页投放banner，位置显著，吸引目标受众关注；



爱的触摸

LOVE TICKLE2.0

一款可以传递爱人触感的Apple Watch APP

杜蕾斯设计了一款Apple Watch APP：Love tickle，它把Apple Watch变成情侣触摸的媒介，用它可以传递爱人的触感。通过Apple Watch的压力感应触控技术定制触摸的幅度、频率和节奏，并利用它的震动功能模仿触摸。甚至，还可以用它玩一场触摸游戏，当另一半回应相同的触摸频率时，TA将有权索取奖励，反之，将得到爱的小惩罚。

用户体验流程



用户体验流程（一）

用户可以通过Apple watch的压力感应触控技术，定制触摸的幅度、频率和节奏，并将它发送给另一半。

用户体验流程



用户体验流程（二）

用户定制的独特触感，将被传送到另一半的Apple watch上，并通过震动功能模拟出来。可以触摸得很有激情，也可以很温柔，可以轻抚对方的手，也可以亲吻TA的唇，或甚至任何TA想被触碰的地方。

用户体验流程



用户体验流程（三）

此外，还可以用它玩一场触摸游戏，当伴侣回应相同的触摸频率时，TA将有权索取奖励，反之，将得到爱的小惩罚。



用户体验流程（四）

当伴侣回应相同的触摸频率时，TA将有权索取奖励，反之，将得到爱的小惩罚。

用户体验流程



用户体验流程（四）

程序设置多种爱的趣事，随机出现，让情侣拥有充分理由要求另一半提供爱的服务。

用户体验流程



用户体验流程（四）

当然，同样让情侣拥有充分理由让另一半接受爱的惩罚。



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

效果&反馈

发布24小时内关注量就冲破450万；
活动期间捕获近1600万人次的关注；
超过1万多种爱的触摸被传递；
近百家科技和游戏类主流媒体的报道，纷纷称它开启了Apple Watch的调情时代。

