一只椰子&一树核桃
“刷脸” 互动传播方案

- **广 告 主：**光明乳品
- **所属行业：**快消
- **执行时间：**2016年6月8日-2016年7月5日
- **参选类别：**互动体验类

Top Mobile Awards

背景&目标

背景&目标

- **背景：**

活动范围：全广东省7-Eleven便利店（地铁店除外）；

活动形式：搭建“刷刷你是几折脸”H5互动平台，网友上传自拍照，拼颜值，赢取不同额度（免单、1折、5折、8折）折扣券，可在便利店直接买单结算；

线上活动入口：腾讯微信公众号文章页底部下方banner广告、广州光明乳品微信服务号推文、广东7Eleven微信服务号推文

- **目标：**

巩固并持续深耕【一只椰子】市场，带动新产品【一树核桃】的关注，通过极具娱乐话题的互动，促销售量提升

- **挑战：**

市场同质化竞争严重导致消费者目光被分散，如何利用移动互联网的随身性让椰核这两款产品成功打入年轻族群是此次传播面临的挑战。怎样在营销过程中自然得与用户建立"亲密"的联系，让用户可以随时、及时参与其中，是此次推广活动的关键。

Top Mobile Awards

洞察&策略

人群洞察

Ta们是一群怎样的人呢？

Ta们的关键词：

- 爱晒爱分享
- 无厘取乐
- 萌腐当道

Ta们爱晒心理爆棚

Ta们越无厘头
却越感到欢乐.....

Ta们越萌越爱，
越腐也越爱.....

紧契年轻族群互联网喜好
娱乐化沟通

核心策略

以极具娱乐话题的互动，和彩蛋释放引爆社交圈，促购买行为达成

亮点

做重点区域地推，借H5互动赢取福利的
捆绑销售形式，**提升**产品的**购买量**

椰核通过颜值扫描送颜狗惊喜，勾搭力max

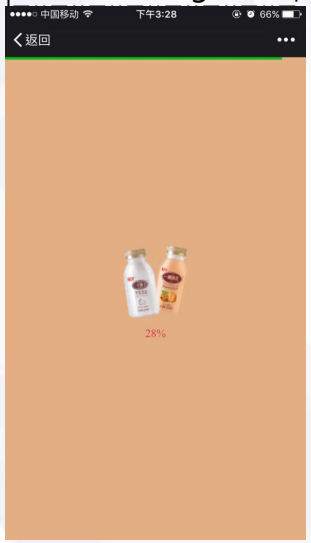
Top Mobile Awards

媒介&执行

执行

H5互动流程

Loading



首页

活动介绍

上传照片

调整上传照片尺寸

刷脸过程

未检测到人像

继续刷脸

中奖

分享微信好友或朋友圈

再玩一次

未中奖

再玩一次

执行

中奖页面

拟人化档案页

核桃君档案

椰子妹妹档案

“一只椰子”兑换券

“一树核桃”兑换券

已兑换的兑换券

兑换券页面

微信banner广告投放

◆ 两款产品的核心人群年龄为20-30岁的白领、学生群体，对微信的依赖程度较高，故选择在微信投放，为H5活动做线上的引流。

◆ 定向设置：

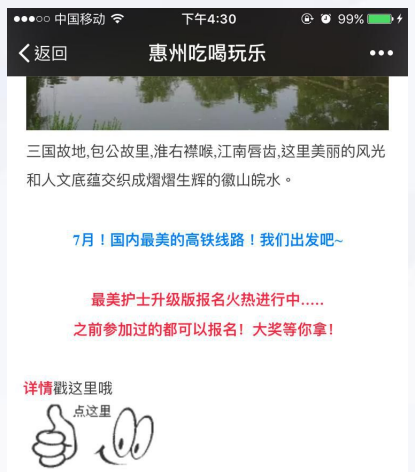
1、地域定向：定向广东省，重点城市：广州、深圳

2、性别年龄定向：20-30岁女性

3、兴趣定向：餐饮美食、休闲娱乐等兴趣人群

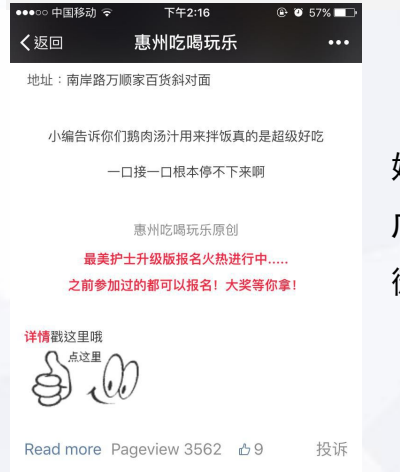
4、公众号类型定向：餐饮美食、休闲娱乐等类型公众号

◆ 实际投放效果如下，活动的曝光量超过预估量的20%，点击总量、日均点击均超过预估效果。



写留言

写留言



媒体：腾讯

广告位置：

微信公众号文章页底部下方banner

效果&反馈

H5互动专题传播

- 活动期间，H5的页面浏览量总计78,811次，独立访问用户46,118，互动抽奖总次数达72204次，互动率达92%，人均参与互动1.4次。
- 用户访问H5的平均时间达2分38秒，远高于纯浏览型的展示网站。