



Top
Mobile
Awards

伊利超金装“千万妈妈的信赖之选”

- ◆ 广告主：伊利奶粉
- ◆ 所属行业：快速消费品
- ◆ 执行时间：2016.05.20-2016.07.31
- ◆ 参选类别：互动体验类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

传播背景



- 伊利超金装2016年度传播主题为“千万妈妈的信赖之选”，以县乡镇为核心，通过超金装带动伊利婴幼儿奶粉品牌的传播推广，传递伊利服务千万妈妈，感恩回馈消费者的品牌形象。
- 本次传播，借力“伊利宝宝嘉年华”年度最大线下主题活动，通过线上与线下联动传播，传递伊利超金装“服务千万妈妈，感恩回馈消费者”的品牌形象。同时为线下活动引流，促进产品销售。

公关目标

- 通过公关传播配合品牌线下主题活动，帮助伊利超金装品牌最大化传播年度“千万妈妈的信赖之选”的核心理念，并传递伊利服务千万妈妈，感恩回馈消费者的品牌形象，加强与消费者沟通互动，扩大用户的范围，最终实现线下活动引流；
- 千万个妈妈，有着千万种信赖，通过收集的千万种信赖理由，传递给她们身边更多的用户，将“信赖”深植到每个参与者心中；





Top
Mobile
Awards

洞察&策略

目标用户洞察

- 因伊利超金装面向三四线城市，故针对这些目标受众进行触媒习惯及传播偏好，作以下洞察：

锁定目标人群需求，与消费者进行精准沟通。

整体策略

线上形式--顺民意；
线下回馈--接地气；
参与简单--拉关系；

目标受众对于内容的关注度更多来自于“与我相关”的共鸣。

传播调性

做落地的传播，传播与用户切身相关的内容，并激励目标用户参与其中，兼做本次传播的载体与受众。

他们的生活节奏看似缓慢，但在各种促销、买赠、折扣面前行动力惊人。

线下活动

感恩回馈来真的！
以真切实惠让用户感受到伊利对于“千万妈妈信赖”的真诚回馈。

他们对线上原创内容贡献不高，但是各种晒娃、拉票活动热情不少。

线上推广

顺应目标受众的线上传播兴趣和习惯，以晒娃的名义，选出伊利明星宝宝，竞选城市代言人。

传播策略

- 通过线上搭建创意H5征集萌宝照片、及妈妈信赖伊利超金装的理由，线下根据城市点亮做感恩回馈联动传播，进一步扩大消费者沟通范围，提升伊利超金装品牌美誉度及购买转化。最终，多种形式吸引更多用户至平台参与活动并分享，扩大口碑。

线上照片晒得嗨，线下要有大实惠

- 线上具备城市荣誉感的点亮城市运动，做具有互动性和参与力的传播。伊利宝宝嘉年华的大节奏，在目标市场展开接地气的回馈活动。

感恩回馈真实招，城市比拼见功夫

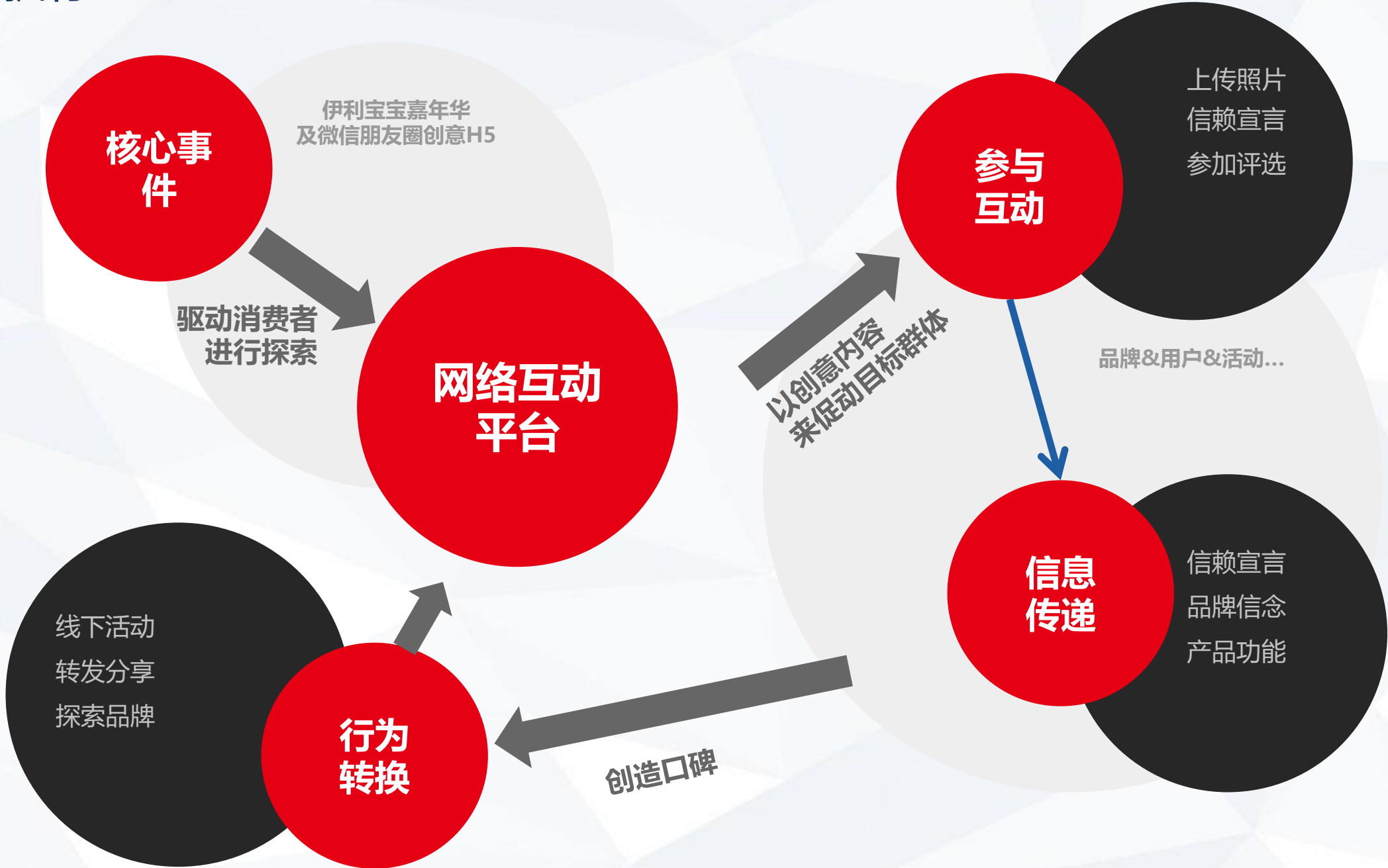
- 伊利超金装空罐可换满罐，感恩回馈出真招。根据H5城市点亮程度比拼，伊利超金装将到最亮的城市做感恩回馈，线上线下动起来。



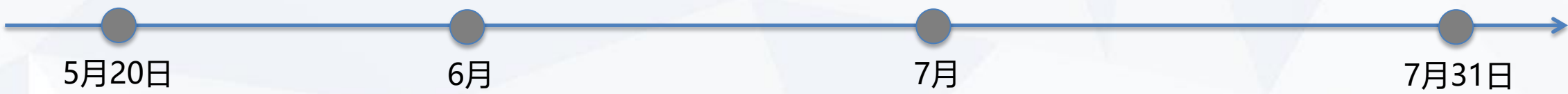
Top
Mobile
Awards

媒介&执行

媒介&执行



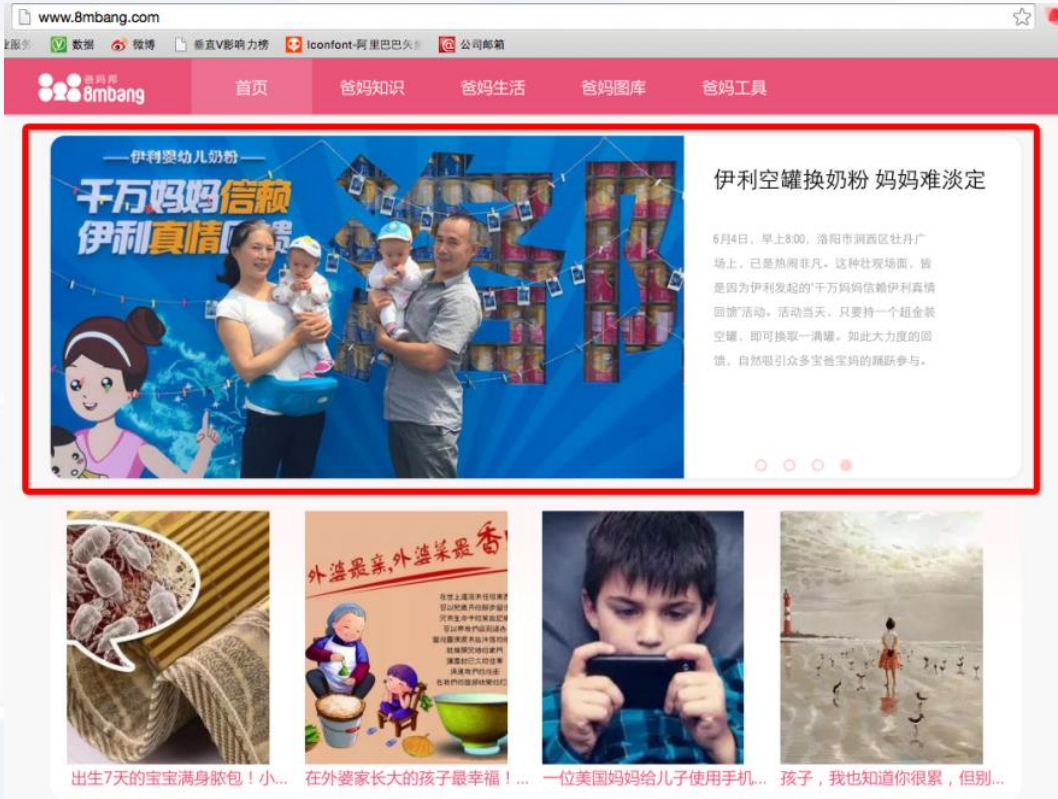
媒介&执行



阶段目的	重点突破引关注；	全民参与掀高潮；		概念提升说信赖；
事件主题	千万妈妈信赖，因爱点亮城市	千万妈妈信赖，伊利真情回馈		城市宝宝代言，信赖伊利的十大理由
公关策划	预热期	爆发期	直播期	收官期
	通过创意H5，信赖海报，重点突破，引发目标用户关注并积极参与；	通过对热度最高的五座城市，展开线下感恩回馈活动；	通过线下活动直播，激发全民参与H5，为下座城市掀高潮；	通过筛选出的伊利城市宝宝代言及全国三强，概念提升说信赖；
公关形式	互动H5、微博话题、微信稿件、新闻稿件、海报	互动H5、微博话题、TOP榜、海报、线下感恩回馈活动、微信稿件、新闻稿件		微博话题、微信稿件、新闻稿件、信赖理由、微信长图
传播载体	微博、微信、精准垂直门户、门户网站	微博、微信、精准垂直门户、门户网站		微博、微信、精准垂直门户、门户网站
销售转化	线上互动活动引流至官方平台 + 线下精准回馈为商超引流，扩大用户的范围			

发布数量	覆盖人群
49篇	7710000人次

网络稿件共撰写7篇。共发布49篇次，全部为推荐发布，其中网站首页首屏推荐共38频次，频道首页推荐11频次。传播过程中预计推荐频道首页，最终推荐网站首页、首屏的就有8篇次。



媒介&执行

发布篇次	实际转发	实际评论	覆盖人群
98	351964人次	49492人次	182273958

微博部分共撰写29篇，发布98篇次。目前共计获得35万多人次转发，近4万 人次回复；首次覆盖人群1.8亿人次。热门话题产出2个，均为1小时榜单前三名，且均被微博首页五轮播热门话题收录。两个话题共实现5800万多阅读量、近17万评论量。



Happy张江

6月12日 12:05 来自 微博 weibo.com

#我家宝宝要出道# 看着各路大明星刷屏晒娃是不是心都被萌化了。宝妈们想不想让自家宝宝也能和这些“星二代”一样萌倒众人。晒出你家的萌宝，来个全国萌宝大比拼，发表信赖宣言。集赞越多奖励越丰厚，萌宝也可能会成为伊利明星代言人哦！不服来晒，点进【手机端链接】：[网页链接](#)



☆ 收藏

6001

698

343



伊利婴幼儿配方奶粉

6月22日 14:32 来自 微博 weibo.com

可爱的小嘟嘟们要不要来卖个萌，立刻戳【手机端链接】：[网页链接](#) 来晒娃，还有机会赢得伊利城市代言人和价值4999元旅游大奖哦~

@Anglejie5

#会卖萌的宝宝有奶喝#我的乖宝宝



@Qyerrrr

#会卖萌的宝宝有奶喝#马上就100天了，全家都如此爱你





伊利婴幼儿配方奶粉

6月4日 21:47 来自 360安全浏览器

收服你心的除了帅欧巴更有萌萌哒小宝贝。千万伊利妈妈，来自中国各行各业，同时也在用最挑剔的眼光检验最适合自家宝宝的优质奶粉。所以，纵然职业千百种，奶粉都只选一种。请听听她们的#信赖伊利的理由#...



媒介&执行

发布篇次	阅读量	覆盖人群
66	823675人次	14235473人次

微信稿件共撰写11篇，共发布66篇次。截止到目前，
微信累计阅读82万+人次；首次覆盖人群达1400万+人次。



媒介&执行

根据“千万妈妈信赖 因爱点亮城市”创意H5的城市点亮程度，分别于6月4日（洛阳站）、6月11日（淮南、渭南站）、6月18日（咸阳站）、6月25日（宜春站）为伊利超金装举办“千万妈妈信赖 伊利真情回馈”大型线下活动。“空罐换满罐”的策划亮点，为城市的线下活动引来火爆参与。其中，首场洛阳站，在不到1小时就空罐换满100罐，渭南站2小时左右空罐换满108罐等。五场共回馈735罐，共同见证千万妈妈信赖与回馈之旅。线下活动视频地址：http://www.iqiyi.com/w_19rsocuax5.html





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

项目整体传播影响人群

项目整体覆盖人群 **264,345,231** 人次

渠道	覆盖人群	互动人群	主要传播内容
新媒体传播	254,878,431 人次	59,655,675 人次	➢ H5上线：千万妈妈信赖 因爱点亮城市，晒萌娃赢大奖； ➢ 微信发稿，线下回馈活动的告知；微博推出热门话题； ➢ 节点、热点的借势传播。如：父亲节、端午节等节日，以及微博热点等。 ➢ 日常活动创意素材。
网络、视频传播	10,410,800 人次	2,700,959 人次	➢ 线下活动、活动视频等在主流平面媒体、门户网站的发布。 ➢ 伊利城市代言人、4999元大奖等全面报道。

效果&反馈

精心维护的两个话题#为妈这么拼#、#会卖萌的宝宝有奶喝#，均登上了热门话题1小时榜，分别位居第二、三名，且两个话题均被收录进**微博首页热门话题五轮播文字链位置**，使伊利超金装及伊利品牌达到空前的高关注度与高互动量，成为同期品牌舆论高点。

(话题#会卖萌的宝宝有奶喝#推送期间，每刷新一次页面就会出现上百条信息，与@伊利婴幼儿配方奶粉官方微博互动)

热门话题榜Top.2



热门话题榜Top.2

如何快速提升微博账号知名度?

1小时 24小时

TOP1 #如果我们不曾相遇# 音乐
What if... 如果我们不曾相遇, 不存在这首歌曲 五月天《作品9号》1st ...
阅读量: 1.6亿 主持人: 五月天微博

TOP2 #为妈这么拼# 社会
现如今, 当妈也得“十项全能”。当得了女强人, 下得了菜场; 扛得住奶瓶...
阅读量: 1004.5万 主持人: 北京国际电影节电影嘉年华

TOP3 #识汝不识丁# 电视剧
“反腐倡廉”正能量古风耽美剧《识汝不识丁》暑期开播。陈鹏导演, 晏紫...
阅读量: 4.9亿 主持人: 识汝不识丁系列剧

热门话题榜

我的话题

#领养巴迪龙# 4538.7万阅读
#信赖伊利的理由# 43万阅读
#千万妈妈信赖 因... 248.7万阅读

热门话题

#为妈这么拼# 1004.5万

#识汝不识丁# 4.9亿

#清风吹来徐璐驾到# 917万

#张大大回应被营销... 4

传播效果: 4916.5万阅读+9万讨论量

热门话题榜Top.3



热门话题榜Top.3

神配合花式“虐”狗 快来围观!

1小时 24小时

TOP1 #房祖名约跑复出# 综艺
房祖名录制《约跑不能停》正式复出, 终于等来小房子! 出发吧, 大男孩!
阅读量: 247.6万 主持人: 约跑不能停

TOP2 #夏至未至# 电视剧
《夏至未至》让我想到很多, 多的我都觉得自己就生活在浅川, 身...
阅读量: 2亿 主持人: 电视剧夏至未至

TOP3 #会卖萌的宝宝有奶喝# 社会
有一群宝宝, 素颜天生自带美图效果, 不加滤镜即可出镜。然而依旧萌翻...
阅读量: 583.4万 主持人: 一句话领悟人生

热门话题

#会卖萌的宝宝有奶喝# 583.4万

#房祖名约跑复出# 247.6万

#夏至未至# 2亿

#识汝不识丁# 4.9亿

#张大大回应被营销... 4

传播效果: 920.6万阅读+7.7万讨论量

效果&反馈

H5参与情况——三类宝宝最高人气获奖者



活力宝宝TOP1



智慧宝宝TOP1



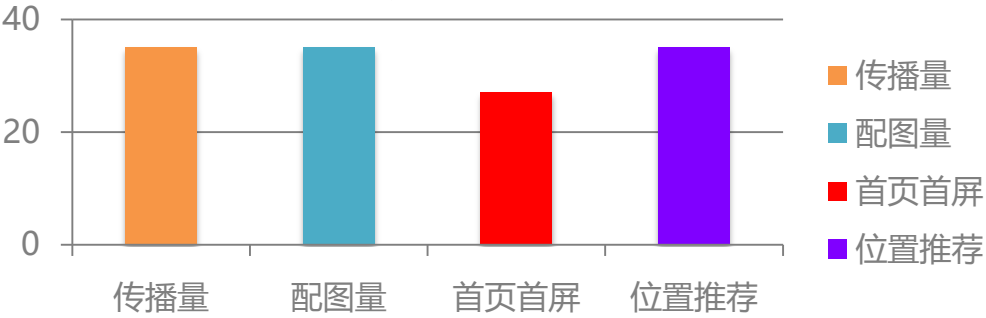
阳光宝宝TOP1

微信朋友圈，创意H5参与链接：<http://cities.97soft.cn>

“千万妈妈信赖 因爱点亮城市” 创意H5后台数据：



网络稿件——位置推荐数据：



- 一路跨越2000多公里距离，激情绽放五座城。活动中共吸引**180个**城市的近**70万**妈妈热情参与。
- 活动期间参与度最高的前十位城市分别是：洛阳 淮南 宜春 渭南 咸阳 北京 深圳 揭阳 东莞 郑州。
- 点赞人气最高的活力宝宝为：赵家易（北京）点赞高达**263287个**；点赞人气最高的智慧宝宝：为陈氏姐弟（深圳）点赞高达**248815个**；点赞人气最高的阳光宝宝：为程梓勋（洛阳）点赞高达**211187个**。