



Top
Mobile
Awards

西门子家电北京“鲜活我的大世界”冰箱活动

- ◆ 广告主：西门子家电
- ◆ 所属行业：家用电器
- ◆ 执行时间：2016.4.11-2016.5.3
- ◆ 参选类别：媒介整合类



Top
Mobile
Awards

背景&目标



2016年西门子MD7000系列冰箱上市；
同时3-4月份即将天气转热，迎来冰箱热销季；
同时期，各大品牌的家电产品相继进入市场，并在价格上占有极大的优势；
西门子冰箱新品亟需一场营销活动使新品冰箱在网络和线下卖场有所声量。

核心目标：借热销季抢占西门子冰箱市场

活动目标：增强产品认知度，强化产品卖点

传播目标：通过多渠道信息覆盖+创意文案、图片，全面提升西门子MD7000系列产品认知度，提升品牌形象及品牌美誉度。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

契合西门子家电
高端、科技时尚
的定位

**契合
定位**

**新品
上市**

新品强势上市打
造最强智能家电

强化产品卖点大
容量、无霜保鲜

**强化
卖点**

**线下
体验**

线下体验，与门
店卖场互映

**媒介
选择**

重点媒体，引爆眼球：80/90后关注的热门账号+强互动的H5活动，引爆关注；线上线下互动，提升话题关注度。

**传播
形式**

贴合受众，强化认知：产品卖点与用户生活相关联，强化用户对产品卖点认知；线下活动强化口碑美誉度。



Top
Mobile
Awards

媒介&执行



传播进程





SIEMENS

西门子家电 北京

微信号: [siemens_bj](#)

功能介绍: 西门子家电北京地区最新资讯发布平台.



微信扫描关注

活动期间：

官方微信共发布8篇活动文章，

总阅读量：53621人次

文章平均阅读量：6703人次，

粉丝新增：6368人 粉丝总数：70119人

 70119
总用户数

Step1：系列海报



结合万花筒的创意，以冰箱产品图片作为主视觉，科技产品在万花筒中突显的视觉冲击，凸出新品冰箱的身份形象，同时曝光活动主题【鲜活我的大世界】以及西门子混合制冷多门冰箱，吸引网友眼球，直观的告知科技为本，大有可为的冰箱保鲜的主要卖点。

Step1：网友评论

优秀留言摘选



想帅哥哥陪我鲜活，这个词是我一生的追求



扼住咽喉
参加活动买冰箱能打折吗？



怀念最初
人生如戏，全靠演技，在人生长河中，我选择了你，拒绝冷漠，要鲜活，你对我鲜活的态度，决定了我与你携手相伴，共度一生，就酱！

2



萌爹爹
沉溺在楼宇大厦，穿梭于都市之间，偌大的城市留下了我42码半的脚步，鲜活我的大世界，拒绝低迷，要勇往直前！

2



笑颜凉心i
刚好我正在拒绝节食，要健康，来画个圆滚滚的我吧

2



睹物
大爱小编，又来福利我们，马上发图

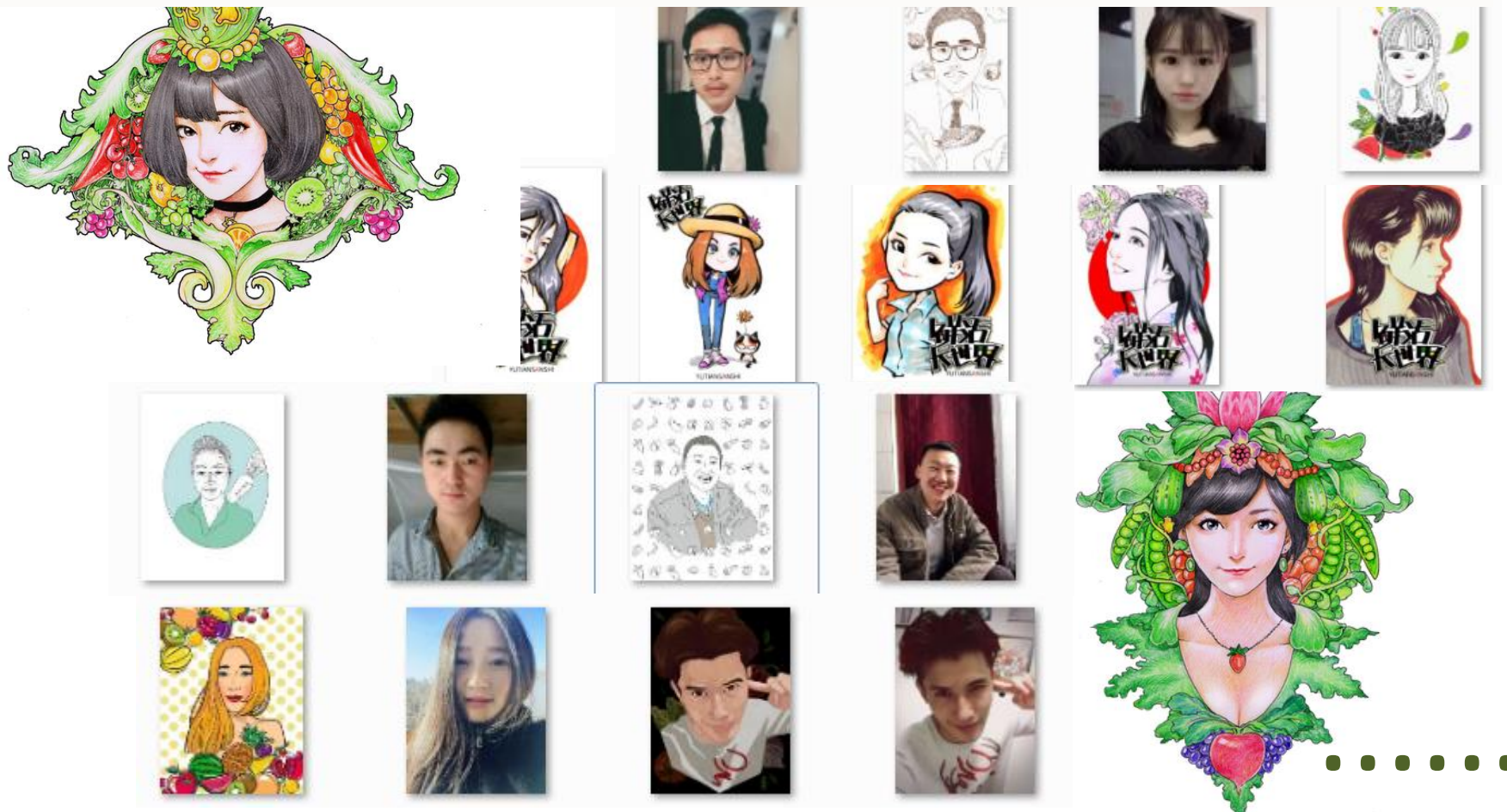
Step1：征集网友头像

网友回复



Step1：征集网友头像

网友上传个人照片即有机会让插画师亲手作画，粉丝将头像发送到公众账号，后台挑选照片作画并持续发布于文章，吸引更多粉丝围观，最终幸运用户还可获得打印出的作品画像。



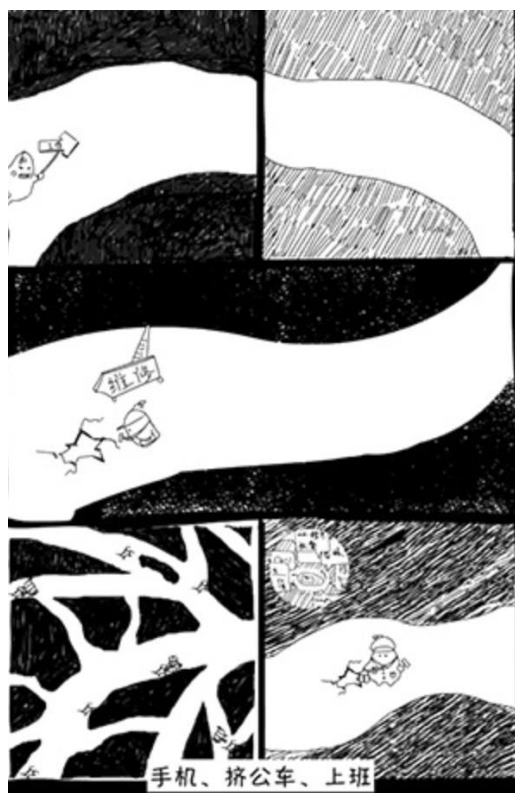
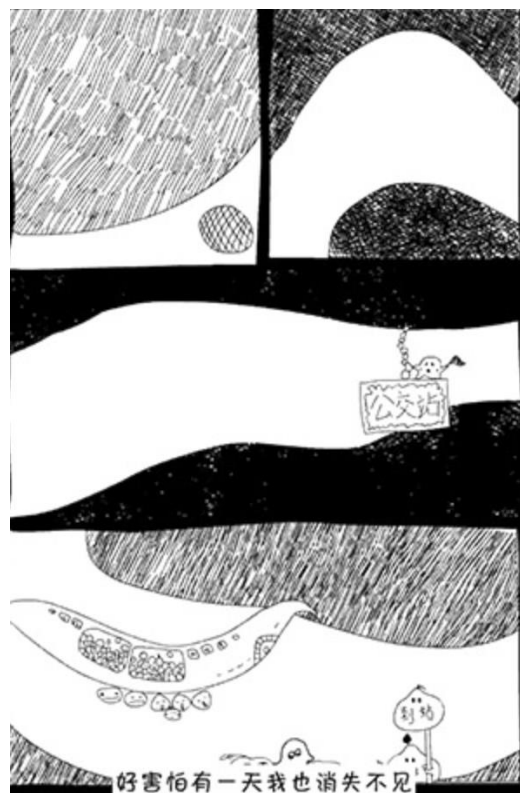
Step1：征集网友头像



将所有网友的头像，整合在H5平台。网友还可以为喜欢的漫画头像投票

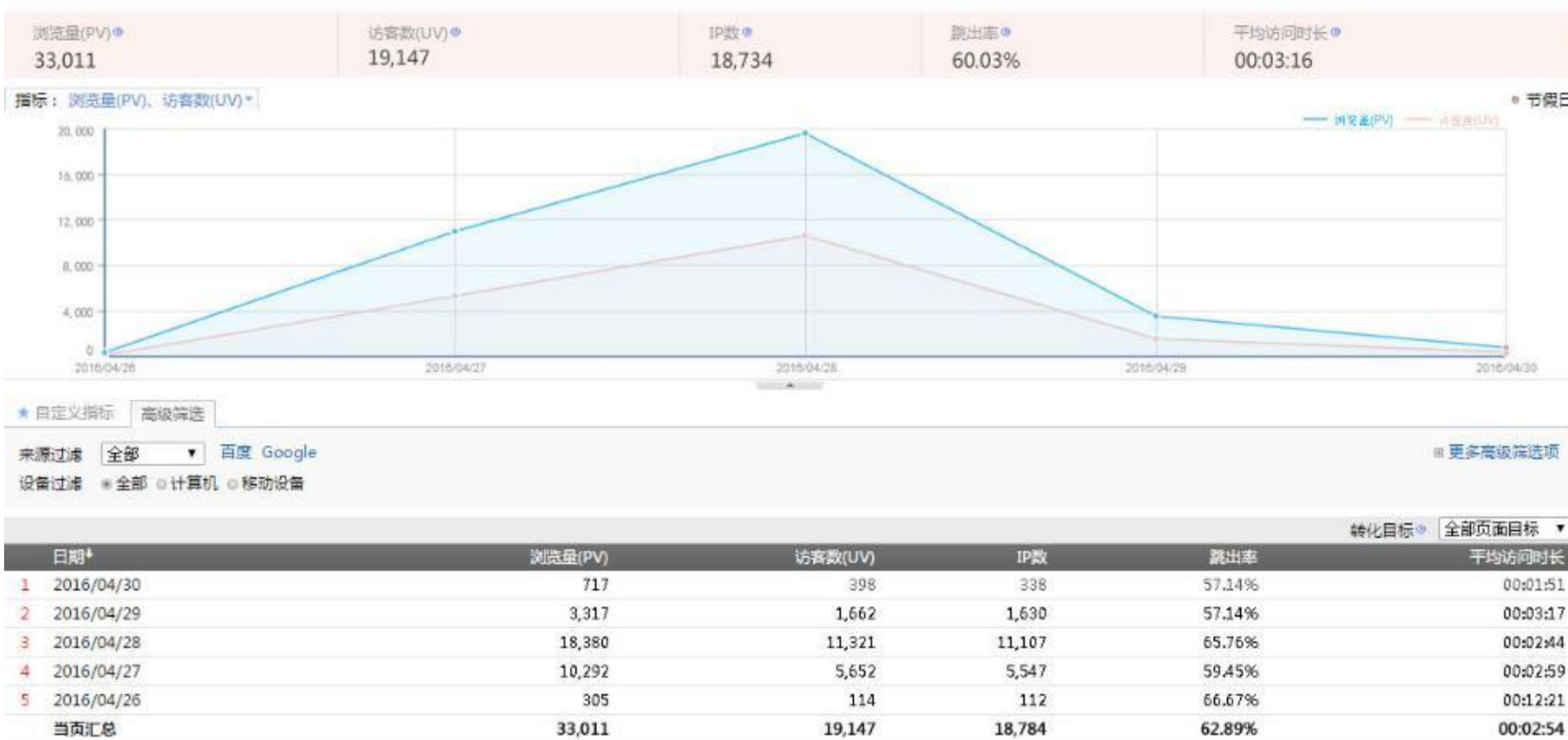
Step1：创意h5故事，引出产品卖点

结合目标受众在都市生活中的压力大，节奏快，生活乏味枯燥等痛点，制作创意H5，通过色彩、各种叠加曝光等场景，表现西门子冰箱带给我们拒绝单调，要鲜活的生活态度。软性植入产品



Step1：创意h5故事，引出产品卖点

活动期间，H5总浏览量33011，访客数19147



Step2：引流卖场，模型展示

活动现场照片



没资本就别装纯
冰箱里的鹿好漂亮



女人无情便是王、
时光飞逝，岁月如梭，五一过去，五四来临，期待你们的下一个活动

👍 2



怎样自在怎样活
看的我好想买一台西门子混合制冷冰箱回家，小编可以刷脸卡吗

👍 2



给我五厘米的高度
有打印照片唉，没有去好可惜，下次，下次一定去



酌酒一杯赐你饮下
西门子冰箱的新品么？家里正考虑换冰箱，我来看看

👍 1

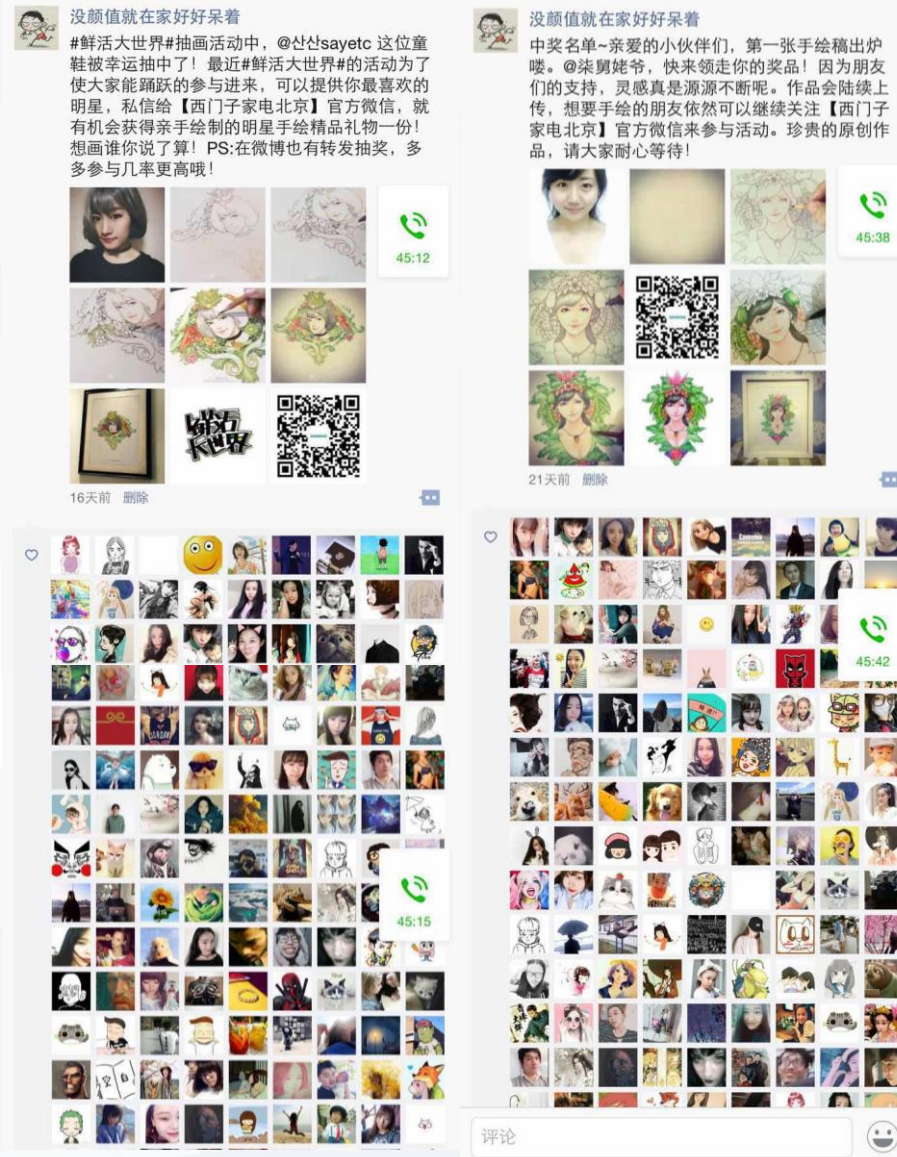


Top
Mobile
Awards

效果&反馈



微博大号粉丝总覆盖：**40746**，
传播总参与量：**56.1 万次**



微博话题截图



http://weibo.com/p/10080818192d8274a6c7acf017317b9c0d83a4?k=鲜活大世界&from=501&_from_=huati_topic

鲜活大世界 # 微博话题最终阅读量**66.1W**，
讨论**253**。科技榜排名第**9**





话题阅读量：66.1万

**讨论人数：
253**



官方阅读量：53621

粉丝增长数：6368

H5应用

**页面访问量：
33011**

**访问人数：
19147**

整个活动以“西门子家电北京”官方微信为唯一的咨询发布平台，通过线上互动和线下体验相结合，为主题做了完美的诠释，与粉丝进行了密切的互动，将西门子混合制冷多门冰箱的推广活动在娱乐和创意趣味中进行并完美收官。