



Top
Mobile
Awards

鲜语牧场脱脂奶上线 推广项目

- ◆ 广告主：爱氏晨曦乳制品进出口有限公司鲜语牧场
- ◆ 所属行业：电商
- ◆ 执行时间：2016.06.06~2016.07.08
- ◆ 参选类别：创意类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景&目标

营销背景： 鲜语牧场双微平台于2016年4月完成搭建，经过2个月的日常运营与推广，初步积累一批种子用户，现需要激发种子用户并加强品牌粘度，获取更多用户，提高品牌在消费者中的好感度，提升品牌的影响力。同时在脱脂牛奶上线时，完成新产品的首轮曝光推广。

营销目标： 推广鲜语牧场脱脂牛奶，普及脱脂牛奶功能特点，完成新产品首轮曝光销售，激发种子用户并加强品牌粘度，获取更多新用户，引导关注官方双微，转化销量，提高产品在消费者中的好感，提升品牌影响力。

面临挑战： 此次项目主要是围绕打卡活动展开，活动设计要求消费者在微信运动中走15000步才能进行打卡，有一定的参与难度，开始只是想先做一期试一试，不行就降低难度，但是实验结果效果很好，粉丝的参与热情很高，每天定时到后台打卡，上传运动截图，整个活动气氛一直高涨。原因总结是洞察到了消费者对坚持运动的渴望，苦于没有一个理由坚持，这次的活动正好哺育了这一渴求。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察&策略

人群洞察： 减肥已经成为现代人生活中的一大热门话题，全民都在喊口号减肥，却少有人能真正坚持并养成合理饮食的习惯，所以此次围绕“坚持脱，要健康”话题进行推广，直击消费者痛点，同时推出的打卡活动配合话题传播，让消费者追求健康的热情有的放矢，让减肥脱脂这件事变得有用又有趣。

核心策略： 以有趣的内容和形式与网友展开对话，以减肥这一热门话题与消费者进行沟通互动。同时，用奖品刺激消费者坚持打卡的行为来展示产品特性，普及产品知识，培养用户使用习惯，多渠道进行投放，争取最大化曝光，为品牌天猫旗舰店销售引流，最终达到产品上线就拥有大量粉丝的目的。

案例亮点：

- 1、结合时下热门“脱单”“脱困”话题到产品相关的“脱脂”，发起互动话题，激发大家对于“脱”的倾诉欲望，引发话题讨论，为产品上线预热。
- 2、在官微发起每日打卡活动，让不爱运动，或不坚持健康作息的人培养运动和健康作息的习惯，正面引导消费者关注，并强化产品健康、减脂的特点。
- 3、各个平台整合紧扣脱脂牛奶减肥主题，还在传播的同时培养了消费者的饮用习惯，如：微博要求在饭点准时打卡，让消费者能养成在吃饭的时候饮用产品的习惯。
- 4、采用跨界直播的方式，让主播的影响力作用到产品身上，在产品上线时能得到较好曝光。



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

最爱吃的饭是“说减肥”
这道家常便饭



我不是心机girl
只是躲在你们后面不显肉



喜欢的衣服不能穿
能穿的衣服不喜欢



你只看到了我身上的肉
但你没看到我那颗爱吃的心



肥胖系列海报：以生动可爱的漫画讲述减肥需求人士的日常生活，抓住目标消费者眼球，引起共鸣。

脱单不做汪

脱困好上班

脱脂享健康

“脱”系列海报：由生活中各式各样的“脱”的场景一步步带领消费者感知产品亮点，产生大量趣味UGC内容，引发热烈讨论。



- 大王1988888888 : 和他一起看韩剧，哭着哭着就爱上了

今天 21:18

举报 | 回复 | 点
- 小张luxas : 请他吃麻辣烫，那就是爱情的味道：烫嘴，但是还想吃

今天 21:18

回复 | 点
- 小菊wendy : 额，从来都是别人来撩我，脱单？exo me

今天 21:18

回复 | 点
- lucas1200 : 带她去和果汁，酸酸甜甜的她就爱上了你了

今天 21:17

回复 | 点
- yzymimang : 对喜欢的人大声表白，一定要大胆细心

今天 21:17

回复 | 点

- 朱岩_NUAA : 把自己工资贴在电脑上，看看就拿这么点工资，还睡个毛啊

今天 21:20

举报 | 回复 | 点
- chunfu200 : 刷微博啊，永远不会睡

今天 21:20

回复 | 点
- sunny盟主 : 吃刨冰，吃冰棒，吃一切冰

今天 21:20

回复 | 点
- 感性的是事实上事实上是 : 洗个冷水脸，然后擦点香香，就不会啦

今天 21:19

回复 | 点
- 南离理玉 : 小睡一会儿，真的就解决了

今天 21:19

回复 | 点

- 小小石头1121 : 在你体重的時候許個棍子

59分钟前

回复 | 点
- oilej_648 : 把自己眼睛蒙住，看不见体重不就好了

60分钟前

回复 | 点
- ln_bf : 在身上挂几个气球，然后就轻了

60分钟前

回复 | 点
- 麻饼羊肉串 : 听笑话，笑岔气，笑出腹肌就脱了。。。你信么

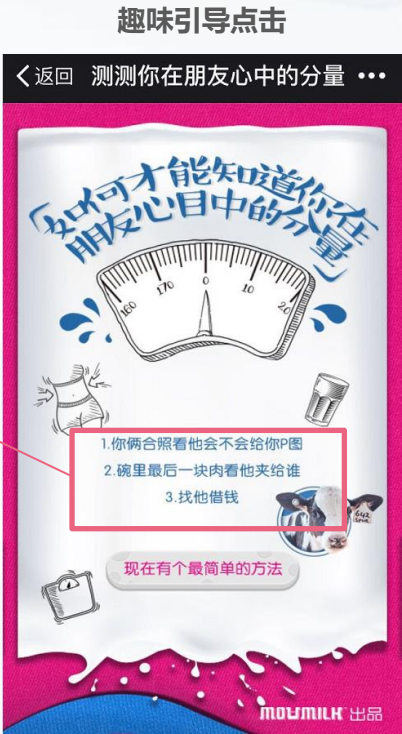
今天 21:00

回复 | 点
- adriano512 : 把你弄坏，想有多轻就多轻

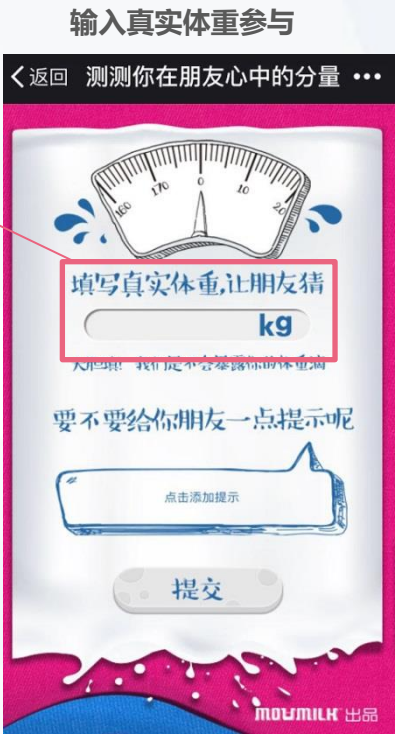
今天 20:59

回复 | 点

测友情，这么多不靠谱的办法。



真实体重猜起来~



朋友圈猜测体重H5：输入个人体重引导好友猜测，以简单有趣的互动形式，在朋友圈引起了刷屏现象，网友反馈页面制作美观游戏趣味性高，文案有趣。



微信运动打卡：鼓励消费者坚持运动，并制作签到活动，让消费者将超过15000步微信运动截图发布至微信公众平台。通过外围邀请消费者每日运动打卡，从而获取递增数量的脱脂牛奶，脱脂牛奶产品特性与健康运动结合相辅相成，达到有效传播。



微博#健康，要够准时#打卡：通过准时吃饭、准时睡觉可以让身体更健康的大众认知。以准时喝奶为话题制作微博活动，外围账号邀请网友准时吃饭打卡获得牛奶礼品，培养了用户对产品的饮用习惯。



热点追踪：英国脱欧当日，对热点及时作出反应，以有趣形象的画面展示产品特色。



映客直播：在如今这个信息泛滥的时代，以往单调的图文营销已经远远不够，直播这样新颖的营销方式给用户带来立体、全面的感受。同时也顺应了消费者的移动端使用喜好，用户愿意在直播上花费时间浏览内容，让映客主播通过聊天、唱歌等各种引人入胜的方式在直播时植入产品，并成功转化粉丝到微信微博平台，并促进销售。



#努力脱MOU斯卡#互动评奖：从前期网友参与互动话题活动，吐槽贡献的UGC内容中，精选逗趣、温馨等有眼球的内容，做成精彩合辑图文、数据信息图等，对活动进行总结与二次传播，让网友投票评选出各单项奖。



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

效果&反馈

- 1、鲜语牧场脱脂牛奶上线战役，以创意和高粘度活动为导向，通过外围扩散，让鲜语牧场官方微信新增粉丝**11,156**人，官方微博新增粉丝**89,332**人，微博话题#健康，要够准时#截止7月4日，阅读量为**1,308**万，讨论量为**8,821**次。
- 2、以引导消费者调整作息、培养健康生活习惯的内容，让大众迅速了解鲜语牧场脱脂牛奶健康、减脂的产品特点，助益于在面对同类产品时获得更多好的口碑。
- 3、多渠道多形式资源投放，互动方式多样性，包括：微信后台积分、微博评论打卡、互动分享H5、映客主播互动等，让产品理念和特点潜移默化植入消费者脑中，完成产品亮相曝光并促进销量。跨界直播是一大亮点，这是由于现在越来越多的人愿意在视频平台上花费时间创造内容和浏览内容，而视频直播能够有更多的场景，产品可以随时随地，更加立体的展示品牌的产品和文化，发出自己的声音。另外，直播是互动性非常强的一种形式，网友们看视频希望自己可以评论，也可以看到别人的吐槽。这样，让主播的影响力作用到产品身上，在产品上线时能得到较好曝光。