



维达湿巾·带上湿巾去旅行

- ◆ 广告主 : 维达
- ◆ 所属行业 : 快消
- ◆ 执行时间 : 2016.5.18-2016.6.9
- ◆ 参选类别 : 媒介整合类

背景&目标

- 维达湿巾产品知名度不高，核心传播力度不足，据2013年的全国湿巾消费者调研，很多消费者不知道维达有湿巾，“天然洁肤安心用”未被广大消费者认知。
- 第二季度和第三季度是湿巾销售的旺季，对全年销售任务的达成有重要意义，亦是提高知名度、拉升销量的重要节点。
- 湿巾产品属于消费习惯还未成熟的品类，可以尝试消费者使用习惯的培育，而消费习惯培育的领导者往往能成为该品类消费者心中的领导品牌。

洞察&策略



策略思路



湿巾的使用环境有显著特点，消费者往往在不方便使用水源的情况下使用湿巾，而外出旅行正是培养消费者使用湿巾的最佳切入点，以维达湿巾与旅行相结合，进行一次线上线下的整合营销战役，将是维达湿巾提升知名度，拉动销量的重要机会。



传播主题

带上湿巾去旅行

传播策略

以旅行行为切入点进行活动策划，增强产品体验，引导和培养消费习惯

传播形式

病毒视频+异业合作，整合网络媒体及旅游行业资源，共同制造声量

媒介&执行



传播(第一阶段)

在当红百科类视频自媒体飞碟说的一期节目中植入“带上湿巾去旅行”这一话题，随着视频的广泛传播，微博、微信KOL的加入讨论，话题受到广泛关注。



画面5秒植入
片尾品牌LOGO露出

产品、LOGO、超韧大巴植入
增加两次口播

- ✓ 视频传播共得到**4,185,199**次的浏览
- ✓ 微博互动共得到**271403**次转发参与

视频修改版浏览量**981771**
仅借助微博活动带动

传播(第二阶段)

联合国内著名在线旅游服务商同程网开启多个微博话题的讨论和minisite平台的互动。



#正是江南好风景落花时节又逢菌#

互动数： 55574

KOL大号：视频类、搞笑类、女性类、旅游类

覆盖粉丝： 46878599



#没有湿巾的旅行就像一场裸奔#

互动数： 107823

KOL大号：视频类、时尚类、综合类

覆盖粉丝： 78674395



#无湿巾 不旅行#

互动数： 107889

KOL大号：搞笑类、时尚类、旅游类

覆盖粉丝： 140097243



传播(第二阶段)

合作媒体推广

QQ旅游-腾讯微博

听众 19752677 收听 637 广播 4654

已收听 | 取消 | 操作

微博 企业信息 集卖场 相册 在我的广播中搜索

Q游游
#没有维达巾的旅行就像一场裸奔#无论你是豪放的女纸还是矜持的汉纸~不带巾就敢去旅行?拿什么阻止细菌先生DE骚扰? 各位亲,记得带上「维达巾」去旅行,享受天然旅途!关注@维达Vinda 抽发并3位好友 即有机会免费获得维达巾天然之旅【上海-韩国济华邮轮票】视频链接: <http://url.cn/LAeMsI>

5月28日 16:37 阅读(58万) 全部转发和评论(73) 1(14) 转发 | 评论 | 收藏

相似关系
这些人也收听了它(13)

阅读量 : 58万

同程网-新浪微博

735 305616017957 主关 粉丝 微博

已关注 | 取消 | 私信

主页 微博 文章 详细资料 相册 关注/粉丝 更多 ·

微博 全部 原创 图片 视频 音乐 表演

帮上「维达巾」去旅行第二季来啦~上海-韩国济华邮轮票等你拿~~~

@维达Vinda
#没有维达巾的旅行就像一场裸奔#无论你是豪放的女纸还是矜持的汉纸~不带巾就敢去旅行?拿什么阻止细菌先生的骚扰? 所以记得带上「维达巾」去旅行,享受一场天然舒适吧!关注@维达Vinda ,转发并@3位好友 即有机会免费获得维达巾天然之旅【上海-韩国济华邮轮票】请扫描: <http://url.cn/RvG8LWU>

今天 11:25 来自微博 weibo.com 1(8) 被转(408) | 评论(133)
18分钟前 来自微博 weibo.com 1(6) 被转(2) | 收藏 | 评论(2)



传播(第三阶段)

景点派发活动



旅行宣言及消费者调查

传播(第三阶段 物料展示)



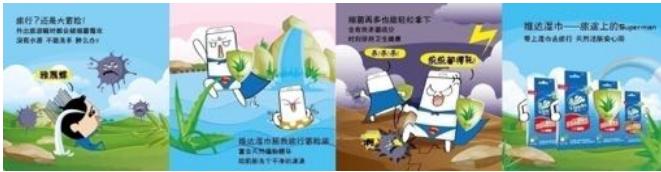
活动扫码KT板



Logo贴



旅行宣言KT板



四宫格漫画

活动X展架

传播(第三阶段 异业合作)

同程网活动页面



移动端活动页面



传播(第三阶段 异业合作)

首页轮播大图



The screenshot shows the homepage of the Tianjin Shijiazhuang Tourism Bureau's website. The top navigation bar includes links for 'Home', 'Travel', 'Hotels', 'Tourism Information', and 'Feedback'. The main content area features a large banner for 'Tianjin Shijiazhuang Tourism Bureau' with a QR code. Below the banner, there are sections for 'Travel Information', 'Travel Services', 'Travel News', and 'Travel Products'. A prominent blue button labeled 'Travel' is located in the center. On the right side, there is a sidebar with links for 'Travel Information', 'Travel Services', 'Travel News', and 'Travel Products'. The bottom of the page features a footer with links for 'Home', 'Travel', 'Hotels', and 'Tourism Information'.



效果&反馈



比赛微博话题互动

*数据统计截止时间6月10日 上午10:00

KOL转发共**30**条微博

微博活动总转发量**271403**次、总评论**13738**次、被赞**79695**次

视频总浏览量**4185199**次 超出预期**2185199**次

其中优酷播放**3203425**次、土豆播放**981774**次

微博互动比原有KPI增长近**3275%**

覆盖粉丝数达到**265,650,237**人 新增粉丝数达到约**102,143**人

线下影响人流量共计**671100**人次

共派发**292200**片湿巾、收到有效调查问卷**1550**份

THANKS