海澜之家"多一克温暖"

- **广 告 主**：海澜之家
- **所属行业**：时尚休闲服饰
- **执行时间**：2015.10.25-2015.12.31
- **参选类别**：媒介整合类

案例视频观看地址：

http://v.youku.com/v_show/id_XMTU4MTQxNjM2NA==.html

扫一扫看视频

Top Mobile Awards

背景&目标

背景&目标

2014年，一场由我们和海澜之家协力号召全社会献出爱心，旨在帮助偏远山区师生度过寒冬的大型公益捐助冬衣项目正式诞生，当年已经取得了很好的社会反响，为海澜之家品牌带来影响与口碑的双丰收。在第一年成功举办的基础上，2015“多一克温暖”公益营销项目力求通过公益事件引发全社会对海澜之家品牌的关注，展现品牌社会责任感，提升消费者的品牌好感度和忠诚度。

在羽绒服保暖的基础上，海澜之家不断提升品牌服务，在2015年为广大消费者带来更多样的选择空间。特别是在颜色搭配上，打破以往深色系为主的传统习惯，赋予了羽绒服更加年轻化，多彩化的时尚特点。

多一克温暖

扩大知名度

通过公益事件引发全社会对海澜之家品牌的关注度

提升品牌形象

展现品牌社会责任感，提升消费者的品牌好感度和忠诚度

Top Mobile Awards

洞察&策略

海澜之家的目标消费者是

25岁-45岁的男性消费者

他们是社会的中坚力量，他们渴望用行动来改善生活，渴望用成功来赢得社会的尊重。温暖，总是体现在最细微的地方。

他们都希望用博大的胸怀、宽厚的肩膀，竭尽所能地关心呵护着身边的每一个人。

2015公益合作三大策略 Strategy

影响

PC端8个频道海量曝光，新闻、云音乐、云阅读3大王牌APP重磅推广，其他网络媒体、社会化媒体、传统媒体助力影响力传播。

活动

- 首次打通新闻、网阅读、云音乐三大王牌APP的用户大数据，让网友的每一个行为都能通过摇一摇动作转化为爱心羽绒并参与捐赠。
- 新闻客户端开启专属“多一克温暖 · 金币易捐”，筹集爱心羽绒服。
- 打造“多一克温暖 · 寒令营”项目，特别邀请留守儿童游览北京，与外出打工的家人团聚，产生大量社会话题。

内容

- 在三大阶段拍摄“多一克温暖”多个病毒视频进行扩散。邀请明星杜淳以及邓飞线下实地参与捐赠羽绒服。
- 同时，定制“捐赠地 360°全景”+“公益回顾”两大H5专题，刺激网友病毒二次传播。

Top Mobile Awards

媒介&执行

前期预热　公益启动　线上互动　线下捐赠　延续传播

10月26 → 10月30 → 10月30 至 11月30 → 11月24 → 12月1 → 12月12 → 12月21

PC+移动预热专题
五大KOL以图文诠释“温暖”态度

预热病毒视频（留守儿童）

海澜之家“多一克温暖“PC+移动双屏官网

“多一克温暖”公益启动发布会线上实况直播

新闻+云音乐+云阅读
网友参与互动捐赠爱心羽绒
报名参加线下捐赠

新闻客户端用户金币易捐

网友留言+启动/预热视频汇总

捐赠地360实景主题H5

线下实地捐赠

捐赠视频拍摄

线下落地“寒令营”

项目汇总H5专题

“媒体域内王牌资源PC/移动 + 域外线上网站/社会化媒体账号 + 传统媒体渠道” 三方共同推广

执行回顾

前期预热

10月26日
至
10月30日

120万
播放量

视听冲击

内容：去年捐赠的回顾以及引发留守儿童问题的讨论

媒体最专业团队打造精致感人的预热视频

执行回顾

公益启动

10月30日

线下启动

（北京发布会现场近500人，40+媒体实地报道盛况）

海澜之家高层周立宸、媒体高层张忆晨、明星杜淳出席

火热明星出席，营造最火爆的公益现场

执行回顾

公益启动

10月30日

全网直播 打破时间/地域的局限，观看直播的在线人数最高达**11.3万**

新闻客户端全程以实况方式进行图文直播

执行回顾

捐赠互动

10月30日
至
11月30日

专题捐赠

专题内包含：爱心公益榜 / 明星态度/ 留言板 / 报名 /分享五大板块

登陆媒体账号参与“多一克温暖”捐赠专题

执行回顾

捐赠互动

10月30日
至
11月30日

共收集
525万克
爱心羽绒

共捐赠
10500件
羽绒服

登录通行证 | 查看三大平台数据 | 摇一摇转化羽绒服 | 报名线下捐赠 | 点击分享

创新机制

用户在新闻、云音乐、云阅读的每一个行为都能转化为公益爱心

整合三大平台，开创大数据互动新模式！

执行回顾

捐赠互动

10月30日
至
11月8日

500万
金币捐赠

金币易捐

新闻客户用户踊跃参与捐赠，活动收获持续好评

依托新闻积分体系，全民“易捐”！

执行回顾

捐赠互动

12月01日

媒体团队+明星+海澜之家+邓飞公及益组织+网友

线下捐赠

新闻客户端全程图文直播捐赠流程

五方齐聚捐赠现场，亲手传递爱的温度！

执行回顾

延续传播

12月12日
至
12月13日

公益寒令营

- 活动地点：北京
- 活动对象：离北京较近的留守儿童6名
- 活动概念：旨在帮助留守儿童能有机会与外出打工的父母团聚，让孩子能获得身心的双重温暖。

不只是捐赠，更用行动关怀他们的成长！

执行回顾

延续传播

12月21日
至
12月25日

1200万
页面浏览

125万
视频播放

10万
分享扩散

回顾总结

基于两大平台特点，打造的集剧情、视频、互动为一体内容专题

高质量互动体验专题再度升华温暖主题！

效果&反馈

效果&反馈

活动专题
3950万
页面浏览

专题内容
44.5万
分享扩散

相关视频
320万
播放量

互动参与
985万
（含充绒，分享、视频播放等）

品牌总曝光达20亿

PC端包含：娱乐、博客、新闻、财经、体育、女人、时尚、公益等8个频道；

移动端包含：新闻客户端、云音乐、云阅读、手机网

数据来源：由代理公司提供

效果&反馈

联合报道媒体 66家

新闻稿 145篇

微博大号 10

微信公共账号 6

包含：北京卫视 、黑龙江电视台、娱乐在线、亚洲电视新闻网、重庆商报、南方都市报 、新华网 、人民网、公益中国、中国财经网、第一财经网、msn中国等

微博包含：一起神吐槽、热门微博搜罗榜、全球奇闻趣事、进击的阿木君、最言论、人间诗话、我hold不住了等
微信包含 ：移动互联网头条、好奇心博士、广告门等

微博话题量
428万

数据来源：由代理公司提供