

九阳铁釜网易《轻松一刻》深度合作

- ◆ 广告主：九阳
- ◆ 所属行业：家电
- ◆ 执行时间：2015.09.14-2015.09.28
- ◆ 参选类别：内容营销类

背景&目标



如何用轻松有趣的方式无形渗透
九阳铁釜煮饭概念，加深用户品
牌好感度？

如何全面曝光九阳铁釜品牌形象，
引爆BIGDAY营销热量？

如何呈现九阳铁釜完美形象品质，
带给九阳铁釜海量用户好感？



➤精选新闻客户端王牌栏目“轻松一刻”打造铁釜概念；

➤借助多平台媒体力量，荣耀展示九阳铁釜2代形象；

➤渗透九阳铁釜煮饭概念，加深用户品牌好感度；

➤彰显铁釜品质，带领用户全面了解九阳！

洞察&策略



对九阳产品有一定了解的消费者，
以及对电饭煲、蒸饭质量等有更高
追求与喜好的人。



对生活品质要求较高、学历较高、消费水平较高的白领与消费者，愿意多了解好产品并尝试使用的理性人群。

借势铁釜饭煲日本之旅活动，
放大产品卖点并促进销售转化

第一阶段：引发关注
9月14日-16日

编辑软性内容
趣味引出产品概念

第二阶段：首发宣传
9月17日-20日

双屏优质硬广资源
高频曝光产品信息

第三阶段：品质曝光
9月21日-28日

活动集锦专题页
深化品牌及产品形象

洞察&策略

引发关注
(9月8日-10日)
左右

精选新闻客户端王牌栏目“轻松一刻”打造铁釜概念

三期有奖互动，打造用户好感

品牌软性植入，渗透铁釜概念

首发宣传
(9月11日-13日)
左右

移动端：新闻客户端+云音乐

品质呈现+大画面曝光

PC端：新闻频道+娱乐频道

荣耀展示九阳铁釜2代形象

品质曝光
(9月14日-25日)
左右

内容展现九阳品质--新闻客户端双屏专题共建

第一阶段：日本发布
(9月14日-9月18日)
同步上线双屏专题
科技频道+数码频道
发布九阳公关稿，编辑额外提供2篇文章发布情况

第二阶段：现场回顾
(9月18日-22日)
更新现场图集
回顾九阳日本发布会盛况

第三阶段：视频传播
(9月22日-25日)
视频呈现收官
态度推广铁釜精美视频
配合双屏优质资源形成曝光

门户集PC+移动之力，精选资源重磅出击；双屏联动，覆盖用户时间24小时无间隙

媒介&执行

第一阶段内容资源

将产品卖点与王牌栏目“轻松一刻”做深度内容植入，最终获得**6,000万次**曝光以及**66,283次**互动，实际完成互动量高于行业平均互动水平的**10%**，整体效果超出预期。



每日一问



投票环节



有奖征集

轻松一刻 每日一问/投票/有奖征集

每日一问+投票(9月14日)
总曝光量 **27,028,638**
实际CPM **¥ 2.8**
低于预估 **45%**
总互动数 **23,623**
有奖征集(9月15日&16日)
总曝光量 **33,271,822**
实际CPM **¥ 1.4**
低于预估 **10%**
总互动数 **42,660**

第一阶段编辑资源

9月15日通过“轻松一刻午间档”资源来帮助扩大活动曝光量，增强网友互动效果；总互动数达到**10,715**次。



轻松一刻午间档“每日一问”



网友评论



轻松一刻
午间档

总曝光量
12,514,319

总点击数 72,458

总互动数 10,715

第一阶段推广资源

利用9月14日头条“轻松一刻三周年盛典直播”资源，通过口播九阳铁釜活动，为品牌带来了众多活跃积极的参与用户。



直播间口播资源

在线直播人数: 120万

轻松一刻三周年盛典大型直播

第一阶段网友互动反馈

与栏目本身内容相结合的互动问题及投票吸引到了众多用户参与，产出近**8万**跟帖评论；有效的产品奖励机制设置更是激发了用户的参与热情，增加用户对品牌的好感。



网友互动评论

第二阶段PC端硬广资源

PC端大尺寸广告位资源向用户展示了产品形象和促销信息，**用户曝光量达到1.2亿次，并获得3.5万次点击量；其中娱乐频道一屏焦点图的点击率高达1.12%，高于预估67%。**



新闻频道页内通栏



娱乐频道一屏焦点图

新闻频道页内通栏 娱乐频道一屏焦点图

总曝光量 12,216,7524

实际CPM ¥ 2.0

总点击量 35,093

实际CPC ¥ 7.0

低于预估 29%

娱乐频道一屏焦点图
点击率 1.12%

第二阶段mobile端硬广资源

信息流广告强势曝光活动信息，达到**3,000万次**；云音乐热门歌单推荐以软性图文信息吸引用户参与点击，点击率高达**1.13%**，吸引到众多用户参与活动。



云音乐热门歌单推荐



新闻客户端11条信息流

云音乐热门歌单推荐 新闻客户端11条信息流

总曝光量 **30,211,614**

实际CPM **¥ 8.2**

总点击量 **209,970**

实际CPC **¥ 1.2**

低于预估 **48%**

The image displays two side-by-side screenshots of a Weibo (Chinese Weibo) discussion thread. The thread is titled "评论" (Comments). The left screenshot shows a user replying to a post about a 4.0 battery pack, mentioning "9 Yang" and "9 Yang" (likely a typo for "9 Yang" or "9 Yang"). The right screenshot shows a user replying to a post about a 4.0 battery pack, mentioning "9 Yang" and "9 Yang" (likely a typo for "9 Yang" or "9 Yang").

云音乐热门歌单推荐
收藏 3,281
评论 138
转发 44

第三阶段PC端硬广资源

高频次地运用PC端多频道资源来曝光九阳铁釜日本行，共达到**1.3亿次**的曝光，**10.5万次**点击量。



亲子频道一屏焦点图



女人频道一屏焦点图

PC端

娱乐/女人/亲子/一屏焦点图

新闻频道页内通栏

总曝光量 **131,861,267**

实际CPM **¥ 5.1**

总点击量 **105,441**

实际CPC **¥ 6.3**

低于预估 **14%**

第三阶段mobile端硬广资源

事件性图文广告引发用户好奇心，吸引到大量用户点击；共达到**4,000万次曝光**，**24.5万次点击**。



Mobile端

新闻客户端11条信息流

新闻客户端科技11条信息流

总曝光量 **41,072,999**

实际CPM **¥4.3**

总点击量 **244,726**

实际CPC **¥1.2**

低于预估 **48%**

点击率 **0.6%**

专题页_预热阶段

挖掘与产品卖点4斤铁质内胆相关的趣闻知识，以轻松有趣的文章传递了产品卖点。



关于铁釜你造吗
铁了心的胆量

两大板块共同展现九阳铁釜产品形象及概念



图说4.0
盘点锅史

两大板块以更趣味的方式戏说锅的历史内容

第三阶段硬广资源

双屏优质资源帮助品牌活动扩散活动声量。 **总曝光627万次，总点击6.1万次，点击率达到0.97%。**



PC端

数码频道首页热门专题

数码频道首页今日热点图文

Mobile端

新闻客户端数码12条信息流

总曝光量 6,276,446

总点击量 60,817

点击率 0.97%

专题页_日本行

以新闻专题实时追踪报道的形式播报铁釜日本行活动，向消费者真实地传递出了产品卓越品质的信号。



专题页数据表现

专题活动仅上线两周就获得**100万次**浏览数量，其中集锦视频播放数达到**93,820次**。



效果&反馈



- 通过运用媒体独家栏目的问答、投票及有奖征集环节，软性植入产品卖点，并有效覆盖到7,300万人次，深度互动达7万次，证明了热门媒体栏目对客户品牌及产品的放大传播效应。



- 双屏台、多频道、高频次的曝光活动信息共3.7亿次，大范围传播了产品概念和品牌形象。

ROI

- 投放总体ROI高达 129%。