

重庆 IFS 【Dream A Big Dream 爱无限·梦无界】圣诞主题活动

广告主：重庆国金中心（重庆 IFS）

所属行业：商业地产

执行时间：2019.12.01-12.31

参选类别：话题营销类

营销背景

每到年底圣诞季，各大商场纷纷打造各式各样的圣诞装置及亮灯活动，并通过年底促销打折手段吸引客流。重庆 IFS 希望从千篇一律的圣诞氛围中脱颖而出，为大众创造独一无二的节日体验，成为这个圣诞必经的打卡地。

史努比代表勇往直前的梦想家，重庆 IFS 借史努比 70 周年之际，联合全球艺术家，传递梦想。

年底亦是商场冲击销售的关键时间，面对销售压力，希冀通过大众喜爱的活动，吸引客流、提升全馆销售业绩。

营销目标

借助 2019 年最后一波营销活动，推动全年销售业绩，12 月销售同比增长 20%。助推全馆客流增长，吸引家庭顾客到访。

通过设于商场不同位置的主题装置，以数码游戏串联，吸引人流至商场不同区域，带动到店人流，从而帮助租户品牌提升进店率及销售业绩。

借助数码互动平台，增加电子会员数量 10%。

策略与创意

核心策略-O2O

参与：通过线上预热，**抢购线上定制礼品**，同步导流至线下商场；同时，通过这一全国性线上抢购，提升重庆 IFS X Snoopy 活动的知名度。

话题：打造**新浪热搜话题“风靡全球的狗狗”**，充分运用话题营销，提升活动热度，吸引大众关注度，从而达到引流线下的目的。

沉浸：利用 Snoopy 及其朋友们的 IP 装置形象，**设立多个打卡点**，通过集齐印章，参与数码拍照并下载分享朋友圈。**数码互动与线下装置相结合，打造全方位沉浸式体验。**

转化：通过线上售卖周边产品，线上报名与 Snoopy 等拍照，达到转化引流及消费的目的。

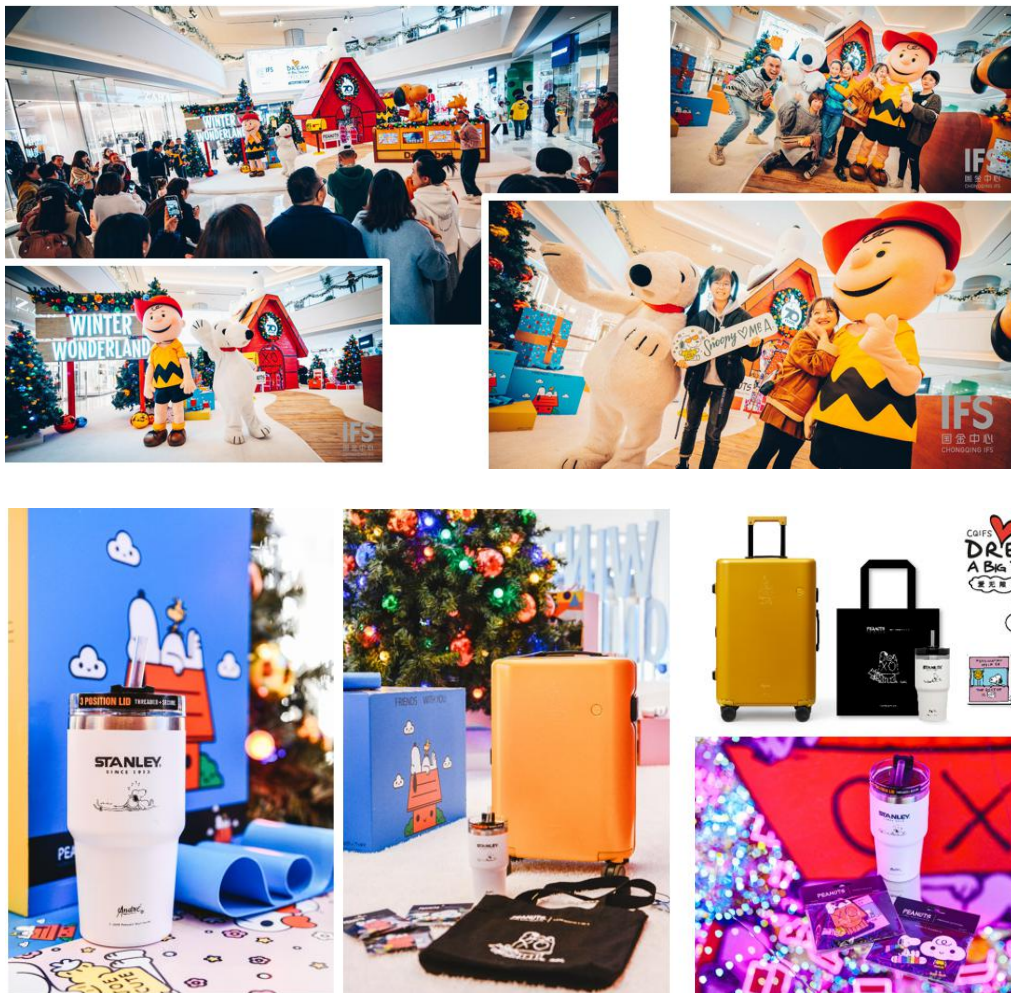
创意亮点：

重庆 IFS 联合 Peanuts 全球艺术家联盟共 7 位国际艺术家跨界合作，打造中国首个 Peanuts 全球艺术家联盟主题装置及活动。藉以 Snoopy 的坚持梦想、不懈奋斗的精神哲学，传递乐观正能量，希望市民在国际艺术氛围中感受梦想的无限乐趣。

史努比和查理布朗亲临现场开展粉丝见面会，送上温暖问候，IP 形象深入人心。线上全球首发重庆 IFS♥史努比 Snoopy 独家限量定制周边。线上集章游戏，带动人流至商场不同区域。

创作 Snoopy 主题下午茶，独家提供于商场会员享用，带动目标客群间的传播。

活动回顾：<https://v.qq.com/x/page/r305380sd4r.html>

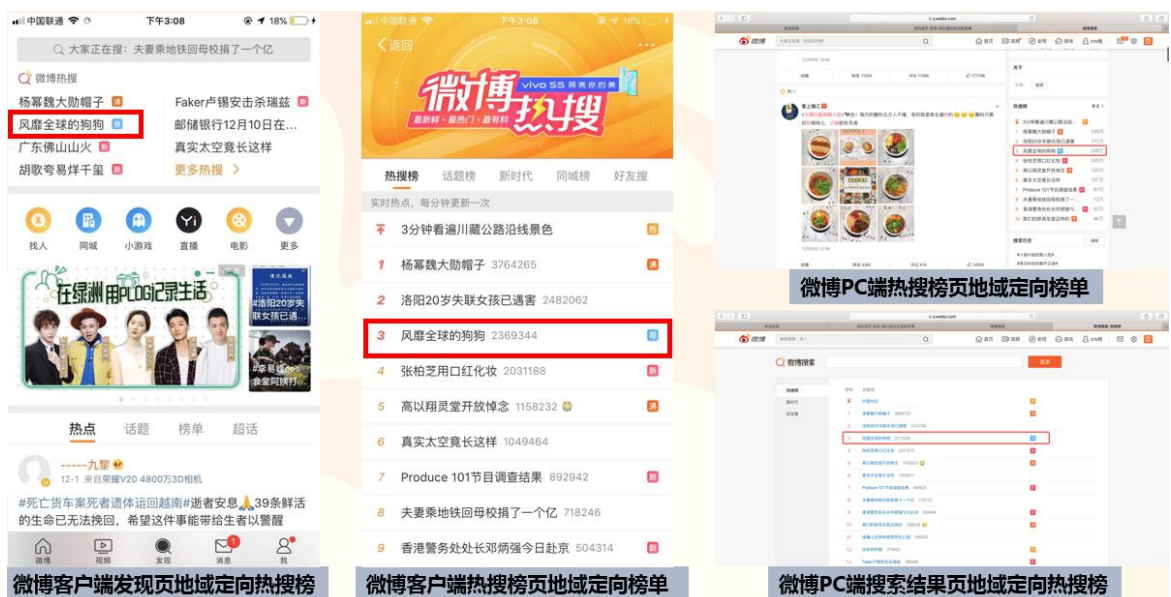




执行过程/媒体表现

预热传播:

打造线上微博互动话题#风靡全球的狗狗#, 引发的关注及热烈讨论, 勾起大家的童年记忆; 实现阅读量 2460 万, 达到讨论量 1763 条



围绕#风靡全球的狗狗#, 制作动画视频及故事长图文, 通过社交网络平台传播。Snoopy 的童趣故事引发大众的儿时共鸣。朋友圈广告总点击互动率达 2.25%, 创重庆同行业广告新高。

动画视频: <https://v.qq.com/x/page/x3053fysenn.html>



深度传播:

整合新媒体、传统媒体、户外广告等，集中推广这只#风靡全球的狗狗#，引发全城关注

微信大号、微博直播、KOL、抖音、小红书等社交网络，纷纷发布打卡推文，吸引粉丝跟风打卡。总计曝光量超 800 万。



作为交通轨道上盖物业，6 号线直达重庆 IFS。圣诞期间，选择拥有 **30 万发行量**的轨道报纸进行推广，通过有趣的插画地图配合硬广的形式，**吸引轨道客流**。

精选高端社区，采用**小区电梯轿厢广告**这种户外硬广的渠道，**精准传播量达 20 万**。



同时，年底亦是购物消费的黄金时机，通过本地购物网站对商家进行探店，帮助租户提升销售。

执行亮点：

重庆 IFS 联合 Peanuts 全球艺术家联盟打造室内及室外主题装置，主装置由 Peanuts 全球艺术家联盟中的著名涂鸦艺术家 **André Saraiva × Mr.A** 打造全国独一无二史努比 **Snoopy 梦想屋**。360 度全方位镜像空间，穿插经典史努比 Snoopy×André Saraiva 动画形象，体验超感官无限乐趣。



打卡商场 L1、L2、L3 层不同点位寻找史努比 Snoopy 和他的 4 个朋友，扫描二维码玩线上 H5 游

戏集齐解锁密码后，即可拍摄专属个人漫画 IP 定制照。



重庆 IFS 联合全球艺术家联盟中的纽约艺术团体 AVAF 呈献重庆第一颗全 LED 霓虹树。



借助区域政府举办消费节的热度，进行联动推广，扩大活动影响力。

营销效果与市场反馈

媒体报道超 250 篇，总计曝光量近 65 亿。

全馆客流同比增长 31%、销售同比增长 46%；VIP 会员数同比增长 56%，其中电子会员增长 47%，会员销售增长 60%。

