

# ALDI 奥乐齐——《没事儿就不要自己给孩子理发了》

广告主：ALDI 奥乐齐

所属行业：零售行业

执行时间：2019.02.14

参选类别：创意传播类

## 营销背景

### ALDI 奥乐齐品牌传播背景

ALDI 奥乐齐创立于 1913 年，是德国最大的连锁超市。

2017 年，ALDI 奥乐齐通过天猫海外旗舰店正式进入中国市场，通过天猫旗舰店为中国消费者提供一系列的进口产品。奥乐齐此次以电商形式进入中国，是该公司有史以来第一次以线上平台的方式步入全新的市场，将初步推出早餐专区、零食专区、酒类专区、有机专区、佐料专区五大商品分类。

### 营销背景

然而，在进入中国之后，天猫海外旗舰店的关注度一直不温不火，意向消费者的关注购买率不高。因此，本次战役通过店铺软文创意植入的方式锁定年轻、爱玩、有趣的受众用户，解决天猫旗舰店的精准触达需求。

### 面临的和挑战

由于受众潜意识中受“德国企业，严谨认真”观念的影响，似乎与 social 不沾边。

如何打破固有观念，真正互动起来；如何将品牌软性植入到内容中去；如何创意带动粉丝与品牌互动；如何抓住粉丝心理；对与本次创意传播具有一定的挑战。

## 营销目标

1、ALDI 奥乐齐本次营销锁定年轻目标消费者（18~24 岁群体为主），以快速提升品牌力、提高天猫店：ALDI 海外旗舰店的知名度与年轻消费者到店触达率。

2、以官方的角度，深度进行消费者互动、social 平台围绕微博微信展开，最终消费者通过寻找彩蛋的方式落脚于 ALDI 海外旗舰店，形成一个有趣、互动、创意的品牌传播事件。

## 策略与创意

### 一、方案策略：

1、内容标题：《没事儿就不要自己给孩子理发了》

2、内容链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/P5u1l9ZzDmaKgXiRzpEMPw>

3、创意 KOL：天才小熊猫（“天才小熊猫”指的是段子手张建伟。天才小熊猫的脑洞奇大无比，是一个成名比较早的网红。2010 年借着 3Q 大战创作了著名的《右下角的战争》系列一举成名。）

4、创意内容：

“没事儿就不要自己给孩子理发了”符合典型的“天才小熊猫式段子”：叛逆期的孩子不愿意理发，还经常在墙上乱写乱画。因此，主人公从给孩子理发作为故事的起点，在经过咨询律师、练习手法、意外情况分析之后，主人公决定自己给孩子理发。但是购买照明设备时，出现了意外，错拍了一款巨大路灯。因此，主人公不得不发动大胆的脑洞，需要赶在老婆回来之前，既要把孩子头发理了，又要处理掉墙上的乱写乱画，还要合理解释路灯的由来。一场有趣的故事即将展开……

## 二、传播策略：

1、讨论创意内容，利用天才小熊猫本身自带创意特性与关注度，保证传播效果；

2、KOL：以微信+微博为主，头条配合；官方：微信+微博联动；

3、为配合创意内容，天猫海外旗舰店产品详情页设计。

## 三、创意亮点：

1、KOL：天才小熊猫作为脑洞大的代表，本次创意传播坚持以内容为王，巧妙将段子巧妙融入创意，有效地保证了文案的趣味性。

2、内容：「段子+故事」的模式，排版上以图片为主、大量采用接地气的网络化的语言，有效地摆脱了传统软文生涩的说教模式，让很多读者产生读下来的欲望，容易产生转发，扩散传播。

3、彩蛋：本次传播最大的亮点是在文中埋下彩蛋，抓住年轻人好奇的心理，主动上天猫搜索：ALDI 旗舰店，去寻找彩蛋、发现彩蛋。巧妙的提高了品牌的知名度，提升店铺访问量，展示品牌全新 social 形象。

## 执行过程/媒体表现

一、微信：

KOL 文章发布后当天突破 10W+ 阅读量；一年时间内累计阅读量达 130W+；留言 3231；在看 12512；转载 118。

2019年02月14日  
发送完毕



原创 没事儿就不要自己给孩子理发了

1309384 12512 3231 3224.37 118

原创 关于周边的研究

链接: <https://mp.weixin.qq.com/s/P5uII9ZzDmaKgXiRzpEMPw>

留言中可以看出, 大部分读者都能 GET 到文中彩蛋的点, 并根据文中创意植入引导, 打开天猫主动搜索 ALDI 海外旗舰店, 去寻找彩蛋, 发现彩蛋。最后留言互动。



X

去奥乐齐的店铺看了一下, 居然真的写了那行字😂

删除

👍 8854



毕导

路灯已经下单, 谢谢熊猫推荐

作者

😞

👍 7761

👍 1910



RoseStyle

哇! 真的诶! 开心果的介绍里真的写了不单独卖壳!

👍 1070



Ren

没事不要给孩子理发, 除非你有很多开心果😁

👍 1009



刘明周(๑ω๑)哈哈

你以为我会去ALDI开心果看有没有“注意: 不单独卖壳”? ! ! ! !

没错...我去了...还真有...哈哈哈哈哈

👍 969

获得转载分享的公众号, 有凯叔讲故事, 槽值, 成长树, 武志红等大 V, 传播量均达到 10W+

	凯叔讲故事	没事儿就不要自己给孩子理发了, 不然哈...	2019-05-24 06: 44	白名单转载 显示转载来源	10W+
	槽值	没事儿就不要自己给孩子理发了	2019-05-10 12: 36	白名单转载 显示转载来源	10W+
	成长树	没事儿就不要自己给孩子理发了! 不然哈...	2019-05-19 08: 03	白名单转载 显示转载来源	10W+



武志红

没事儿千万不要自己给孩子理发，不然哈... 2019-05-20 12: 37

白名单转载  
显示转载来源

10W+

官方配合：官方订阅号第一时间配合产出内容，予以回应

## ALDI奥乐齐真的不单卖开心果壳！

ALDI奥乐齐 ALDI官方订阅号 2019-02-14

今天有好多小伙伴@小编  
说我们的开心果  
在天才小熊猫的微博里火了~  
赶去围观  
发现火起来的不仅是我们的开心果  
还有我们的客服Jasper  
点击[这里](#)查看原故事

在小熊猫的作品中，我们的开心果是  
这样的 🍌

发布链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/UgObSJRE36XFrDudyLMSYg>

### 二、微博：

1、KOL 微博平台上的表现为：31464 转发；8586 评论；53073 点赞。

天才小熊猫  

2019-2-14 11:53 来自 微博 weibo.com

没事儿就不要自己给孩子理发了.....



\* 内容过于真实与优秀

☆ 收藏

 31464 8586 53073

链接:

[https://weibo.com/1563926367/HgBgux9oU?from=page\\_1005051563926367\\_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment#\\_rnd1578535072226](https://weibo.com/1563926367/HgBgux9oU?from=page_1005051563926367_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment#_rnd1578535072226)

2、官方微博第一时间进行评论，有效占据的传播位置得到持续点赞曝光，该评论收获 **7861** 个点赞，**131** 条评论。评论中大多网友表示主动上天猫旗舰店搜索之后发现彩蛋。

按热度 | 按时间



ALDI奥乐齐 : 没想到小熊猫爱吃我们的开心果，请问剥好的果仁要吃吗?  情人节撒狗粮活动开启，让他剥壳，自己吃果仁吖~

2019-2-14 17:25

回复 | 7681

闭上眼睛去生活可能会容易得多: 小时候最爱吃开心果，家里条件不允许只有过年吃，现在这么便宜方便了，一定多买 (

2019-2-14 18:43

回复 | 106

共131条评论



\_马后炮表演艺术家: 还真标了啊  评论配图



2019-2-14 11:57

回复 | 5910

不知道为啥就是想换个名字 等人 共131条评论

三、今日头条:

1、KOL 头条号，累计产生 **21.2** 万阅读；**1402** 条评论；



没事儿就不要自己给孩子理发了

21.2万阅读 · 1402评论 · 2019-02-14 11:57

## 营销效果与市场反馈

创意内容传播期间，天才小熊猫微博、微信、今日头条以及官方微博、微信、今日头条总计获得

160W+的阅读量，互动评论量 10W+。为 ALDI 奥乐齐带来除天才小熊猫和官方平台，微博和微信上众多网红、营销号、蓝 V 对此次合作内容进行直发或转发，并带来良好的讨论声量。KOL 发布后持续至今，官方微博后台依然还会收到粉丝关注点赞相关内容的提醒，本次创意传播的获得超级长尾效应，这是一次段子手、广告客户、粉丝三赢的投放案例。