

洽洽透明工厂全球直播

广告主: 洽洽食品股份有限公司

所属行业: 食品, 坚果炒货

执行时间: 2019.09.03-09.06

参选类别: 创意传播类

营销背景

伴随着新中产阶层的崛起,“品质消费”逐渐成为主流消费观,并影响到了各行各业。洽洽作为坚果炒货行业的龙头企业,在业内率先开设透明工厂全球直播,旨在让大众看见新鲜品质制造。

传播受众: 海内外消费者、媒体及关注食品品质的行业人士。

营销目标

以透明工厂树立洽洽品质为先,洽洽=坚果专家的企业形象,巩固坚果行业龙头企业地位真正做到产品质量可追溯、有保障。

策略与创意

预热期以微博为主要传播阵地,通过企业联名、官宣倒计时、预热小视频等引关注;

直播当天通过美国纳斯达克大屏投放、朋友圈 KOL 转发链接引流量;

当天追加百名主流网络媒体报道及国外媒体传播,食品行业大号分析拔高度。

执行过程/媒体表现

传播预热之企业联名: 格力、科大讯飞、惠而浦家电、中国联通北京、邮政旗下三邮动力、澳柯玛电器微博发声#有技术 敢透明#为洽洽透明工厂直播造势。微博自发生成话题#有技术 敢透明#阅读量 91.3 万、#洽洽透明工厂直播活动#阅读量 42.6 万;直播前 5 分钟,观看量破十万,直播当天观看量破百万。



#有技术 敢透明#

分享

申请主持人

阅读91.3万 讨论5443



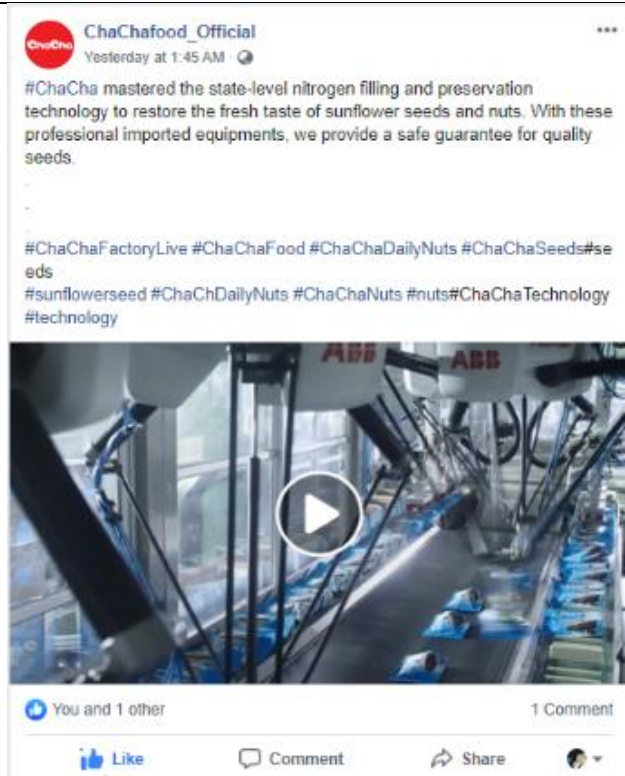
#洽洽透明工厂直播活动#

分享

申请主持人

阅读42.6万 讨论4628

透明工厂之全球直播：美国时代广场纳斯达克大屏、海外 FB、INS 等同步直播，老外点赞；透明工厂之点赞洽洽质造：抖音盘点视频，上升爱国情怀，引网友点赞国货质造。



海外、预热视频展现部分工厂实景，预埋真正工厂全景引发公众观看；引入全球直播概念，将企业直播上升国际高度进而成为营销话题。整体传播覆盖全球 15 个国家，650 家全球主流媒体报道。截止 9 月 9 日，全微博话题累计阅读量 138.6w。

抖音盘点视频链接：<https://v.douyin.com/b8Uyv6/>

营销效果与市场反馈

ROI: 162% (计算算法传播阶段销售额/传播投入*100%); 覆盖率: 双微一抖+美国纳斯达克大屏+海外主流媒体发布覆盖 66,600,584; 精准度: 高达率 100%; 整合度: 整合国内 100 家; 主流媒体: 五大门户、搜狐、一点资讯、今日头条等客户端、海外主流媒体、美国纳斯达克投放及网红 KOL。

洽洽透明工厂全球直播传播正面展示了洽洽坚果及瓜子全球先进技术生产实力、首次充分面向公众展示了以洽洽为代表的中国企业的技术实力；从而奠定了洽洽在中国坚果领域乃至世界坚果领域的行业领先地位。

主流媒体主动转发透明工厂直播，并且自发讨论，公正客观的态度评价洽洽透明工厂直播是一场品质攻坚战，期待洽洽日后在食品品质方面的重大举措。