

「超粒嗨夸夸团」2019美汁源夏季活动计划

广告主：美汁源

所属行业：饮料

执行时间：2019.07.01-10.31

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

2019年，美汁源品牌全新升级旗下果粒橙产品，特加更大果粒，使消费者感受美汁源加更大果粒的独有美味和咀嚼体验。

美汁源品牌对主流消费群体年轻人的生活有所洞察，这一群人容易想太多，明明只是小事却想成大事，导致情绪低落，不快乐。

美汁源从在产品中“加更大果粒”这件事着手，希望用“加更大果粒”为消费者带来更大欢喜，从而鼓励他们以更积极的态度面对生活，放轻松。

因此今年的夏季赠饮活动，将围绕着“加更大果粒 更大欢喜”展开。

营销目标

项目运营期间，通过赠饮活动，与消费者进行互动。推广新升级美汁源果粒橙产品，使消费者更好地感受美汁源“加更大果粒 更大欢喜”，推广总体影响预计覆盖 500 万人次。

策略与创意

为了向消费者传达美汁源“加更大果粒 更大欢喜”的品牌理念，提升品牌产品记忆度，在本次项目运营期间，运用多种宣传渠道，通过新生的媒介玩法及具象化的线下场景 IP 输出，构建出工作需要打气的“逃脱压力、拯救欢喜”，爱情需要肯定的“不是求生欲，就是爱夸你”、生活需要热情的“你看起来很好吃”等一系列场景与消费者进行互动。

同时将品牌与时下火热的“夸夸群”文化和创造营模式结合，加之创新的互动设计，为年轻人带来了一次沉浸式解压互动新体验，在为品牌打造了一场有效的整合营销的同时，也向消费者传达了品牌的理念，从而达到引导消费者购买产品的目的。

执行过程/媒体表现

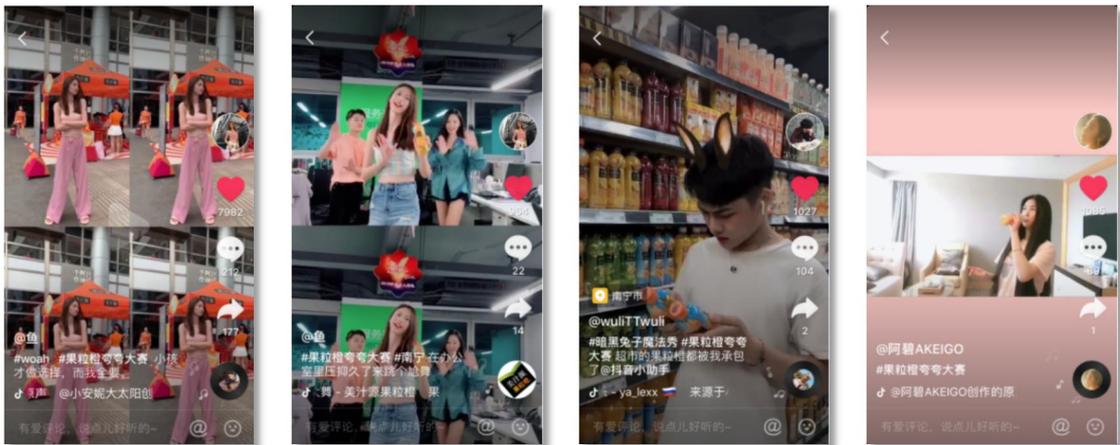
1、“夸夸群”崛起，年轻人群为主力军

夸夸群作为火爆 2019 春夏的网络流行语之一，以“无厘头”式夸奖在年轻人中病毒式传播。

夸夸群的真正魅力在与它拯救了很多人的孤独和落寞，这一概念与美汁源果粒橙“更大果粒，更大欢喜”的 slogan 完美契合。

基于以上洞察，我们在 2019 美汁源果粒橙夏季项目中，结合“夸夸群”形式展开了一系列营销活动。

联合抖音 KOL 在其抖音平台发布“果粒橙夸夸大赛”主题短视频，软性植入并露出果粒橙，根据 KOL 不同的行业属性、自身的特质，运用多种创意形式，软性植入并露出美汁源产品，通过 KOL 的多层级宣传，加大传播频次



借助本地微博大号的影响力，在投播过程中植入**果粒橙夸夸大赛**内容，并向消费者传递本次活动的主题与活动信息。



2、萌趣 IP 火力吸睛 流畅的动线设计 令人沉浸于线下场景

瞄准当下年轻群体的特性，为美汁源果粒橙创新打造“超粒嗨夸夸团”，推出个性相异的 5 大果粒原创 IP。鲜明有趣的 IP 形象无比贴合年轻群体审美观感，从而更容易吸引他们的眼球，赢得更多的关注。

IP 形象将在推广周期中贯穿全程。结合产品特性及目标消费人群性格，打造产品拟人形象——超粒嗨夸夸团，开启#超粒嗨夸夸团人气选拔#话题，露出夸夸团形象，开展线上互动讨论。



结合项目期间的异业合作对象，设计并制作游戏型 H5：夸夸团的小伙伴图鉴。



通过参与线上线下不同的互动打卡，还能解锁限定活动福利——超粒嗨夸夸礼包。



在整个营销周期中，“超粒嗨夸夸团”可谓花足了心思。CBD 突袭、Shopping Mall 突袭、夸夸解压游戏、夸夸市集、抖音挑战赛等，每一 part 都格外注重对受众的有效引导，使其能够在每一环节都能得到深度体验。

突袭 CBD <https://v.qq.com/x/page/v09209fp6y9.html>



突袭 Shopping Mall <https://v.qq.com/x/page/p3003zv78lc.html>



夸夸市集 <https://v.qq.com/x/page/y09119jp834.html>



各地市路演现场



3、多方优质品牌联合跨界，为受众提供多重元素体验

与多家品牌联手打造“超粒嗨夸夸团”营销活动，更是别出心裁。

从高萌周边产品，到联合 WarmCar 打造七夕车尾箱市集，再到玛丽黛佳联名口红套装限量上线，再到美宜佳“你看起来很好吃”主题包店，精心规划每一场互动，每一处都在加深主题力，使受众完全沉浸其中。

① “超粒嗨夸夸团”周边



② 玛丽黛佳联名口红套装



③ 美宜佳“你看起来很好吃”主题包店



4、多维度曝光 有口皆碑持续发酵

在活动正式落地期间,联合各合作方共同在线上发声,及时对活动现场进行全程直播、邀请本地 KOL 扩大宣传,以及通过抖音、微博话题运营等持续造势动作,将活动推向更高量级。加上出色的活动口碑引发参与者的二次传播,并且热度在活动期间持续地发酵。

①网红直播



②本地大号发声



营销效果与市场反馈

今年夏季,以花式夸赞为主旨的“夸夸团”,在广西掀起了一股全民解压热潮,尤其受到了年轻群体的关注,整个活动线上线下总曝光超过 515 万+。

其中微博覆盖 245 万人次,产生 36 万次阅读量;微信公众号覆盖 77 万人次,产生 4.5 万次浏览量;抖音话题“果粒橙夸夸”大赛播放量达 2,229,000,点赞量达 3 万人次;线下赠饮及路演活动覆盖达 7 万人次。#+更大果粒# #更大欢喜#微博话题总阅读量达 117,471,000 次。

#+更大果粒#

分享

阅读5925.7万 讨论15.1万

#更大欢喜#

分享

阅读5821.4万 讨论21.2万