

K11 PINK UP 粉星漫游季整合营销

广告主: K11

所属行业: 商场

执行时间: 2019.11.15-12.31

参选类别: 数字媒体整合类

营销背景

《纽约杂志》直接把几乎要淹没一切的粉色, 统称为了“千禧粉”(Millennial Pink), 将它归为属于千禧一代的独特色彩。

年底圣诞 campaign 以千禧一代作为主力客群, 粉色便成为解锁他们的创意线索。

用粉色作为视觉和创意的主色调, 包括含有粉色元素的展览、装置、东塔地标灯光一键转粉及粉色的节日装饰及礼品等等, 打造一个立体完整的 PINK 11 Campaign。

营销目标

- **粉红话题引爆:**通过全系粉红视觉陈列, 打造 Pink K11,同时借势双开幕启动仪式, 打造城中热门话题, 持续 K11 的市场热度
- **助力销售:**借势有节奏、有铺排的推广活动与会员活动, 提升客流量, 拉动租户年底销售业绩。
- **品牌强化:**借助广州 K11 开业一周年之际, 不断提升品牌美誉度与忠诚度, 夯实 K11 品牌在粤港澳大湾区发展中的布局基础。

策略与创意

策略:精准分析目标受众兴趣范围, 围绕活动主题, 制定多内容形式, 多传播渠道, 引爆目标受众的传播、参与、转化。

创意:

“粉色”的涵义在时代变换中不断更新, 它象征着一种可能性。来到千禧年, “粉色”拥有“千禧粉”的标签, 它是这个时代中最受欢迎的一种颜色。

这个秋冬, K11 利用最具潜能的颜色, 化身一颗【粉色星球】, 将一系列活动、品牌、展览、艺术家带到大众面前, 邀请大家来漫游探索, 发现“粉色”的多样性。

执行过程/媒体表现

PINK UP ! #粉星漫游季# 开幕活动

线上：微博发布 PINK UP ! #粉星漫游季# 预告视频，Gina 与粉丝微博互动




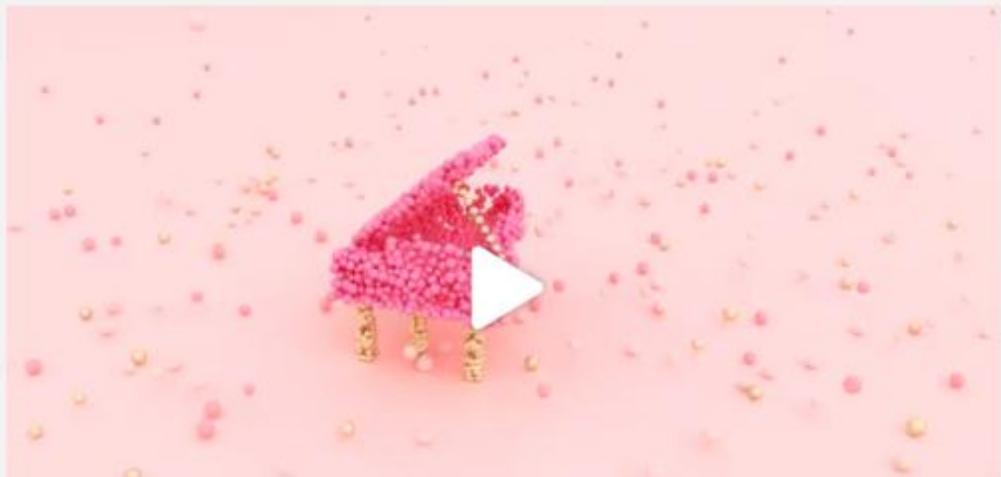
吉娜爱丽丝Gina  

2019-11-28 00:03

11月29日，我将以新奇而特别的形式给广州的朋友带来一次精彩的钢琴表演呢，大家想听我弹奏什么曲子呢？快点来评论吧，或许就有机会在广州K11听到我的演奏哦！还有两天哦，PINK UP ! #粉星漫游季# 开幕活动~我们 #1129广州K11见# 不见不散😊😊

@广州K11 

#PINK UP#连续4个月的粉色狂欢——#粉星漫游季#即将于11月29日在@吉娜爱丽丝Gina 的琴声中揭开帷幕，同时由法国艺术团队Scale亲力打造音乐灯光艺术装置《命韵》也将被点亮，天籁琴声与绚丽灯光无缝结合，让观者可以看“见”音乐的形状。11月29日18:00想近距离观看Gina表演？转发此微博并说说希望Gina现... [展开全文](#) 



视频链接：<https://v.qq.com/x/page/w3026f0ya19.html?ptag=qqbrower>

线下：吉娜将在本次 K11 文化学院课程上为 11 位海选琴手和受邀嘉宾亲授特级钢琴课。

与海选琴童上演四手联弹，用悠扬琴声开启音乐灯光艺术装置《命韵》，见证广州 K11 幻化为粉色星球！



广州 K11 年度大展“伊甸园之梦 (Dreams of Eden)” 正式开幕!

荷兰先锋艺术家约瑟夫·克里班斯基亚洲首秀

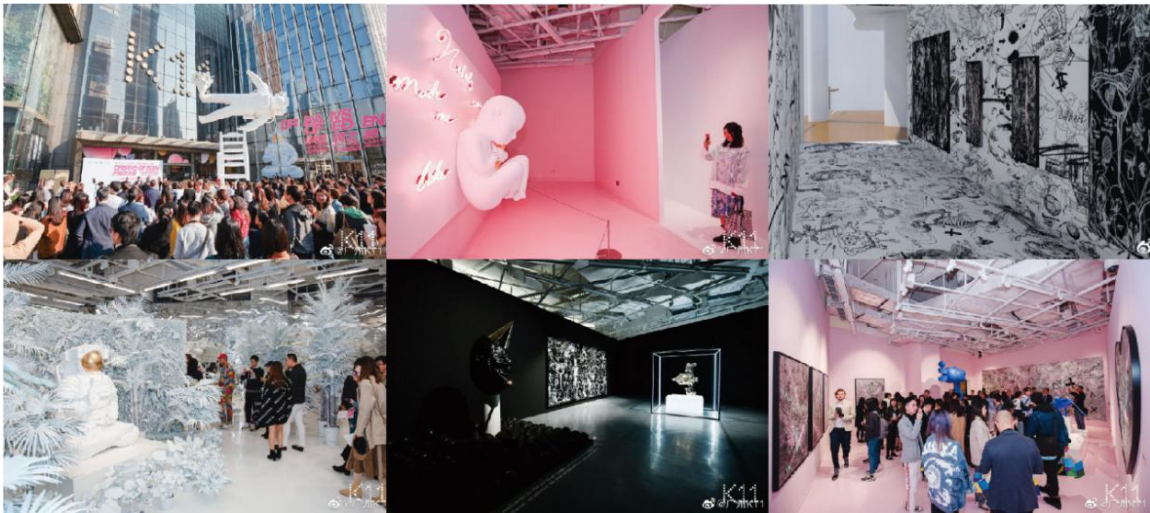
线上: 互动 H5 “探索粉星 | 揭秘你的人格角色”



公众号活动 为新雕塑作品 White Universe 征集中文名



线下：伊甸园之梦分为三个空间，白之森，暗物质，爱与欲



营销效果与市场反馈

最终，广州 K11 让整个广州 PINK UP，吸引了众多年轻人来体验 K11 “艺术 x 商业” 的营运模式

净增微博粉丝数：39,000；净增微信粉丝数：67,000；整体曝光量：23,410,000；注册会员：68,000。