

## 喝杯咖啡，微笑面对-雀巢全场景创意互动春咖节

广告主：雀巢

所属行业：食品行业

执行时间：2019.04.22-04.30

参选类别：电商营销类

### 营销背景

咖啡市场持续增长，预计 2023 年将达到 291.59 亿元人民币，市场潜力巨大。咖啡节是雀巢咖啡品牌“历史悠久”的持续性线上消费者沟通活动，自 2014 年开始，至今已经 6 年。雀巢咖啡以速溶咖啡行业领导者的地位对消费者持续进行咖啡知识教育，落地全方位全场景营销活动。

### 营销目标

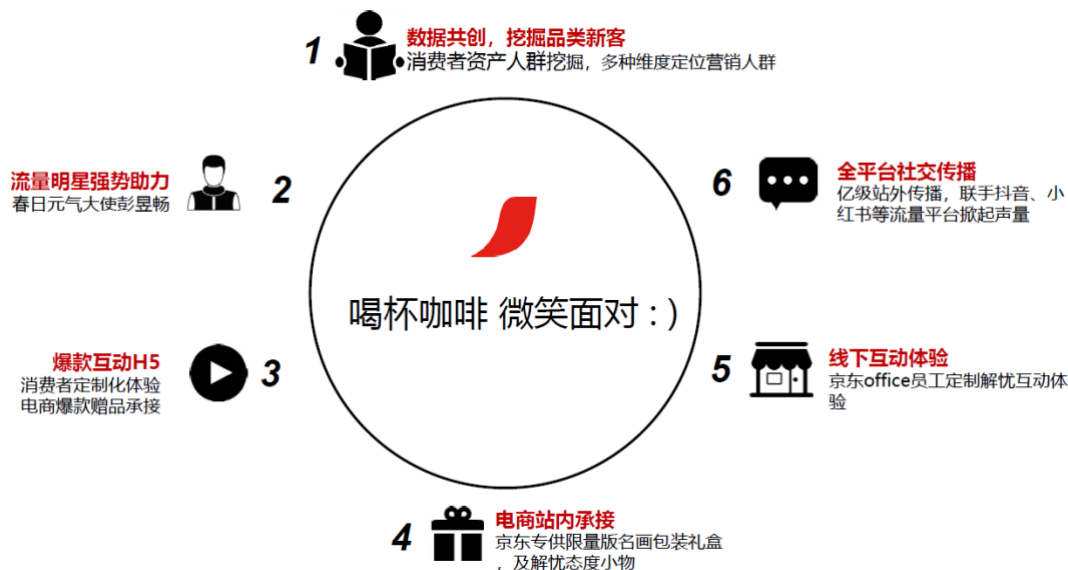
活动旨在招募品牌与品类新客，提升咖啡品类的市场渗透率以及品牌市场份额。

### 策略与创意

根据消费者洞察深入研究当代社会环境对年轻人造成的焦虑情绪，雀巢咖啡本身具备唤醒、解压的产品功能，旨在为年轻人提供能量，鼓励 TA 实习自我，利用创意 H5 作为载体，以趣味反差世界名画的小漫画与消费者互动，增强雀巢咖啡与年轻消费潜客之间的关联。

### 执行过程/媒体表现

策略概括：



平台大数据挖掘：

- 通过数坊进行消费者资产人群挖掘，多种维度定位营销人群。



彭昱畅粉丝人群回流，站内二次触达转化：



京东 NESCAFÉ 雀巢咖啡

DEMO

喝杯咖啡 微笑面对

微笑元气大使：彭昱畅

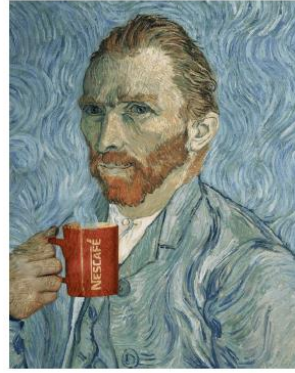
站外

圈定品牌代言人粉丝人群包，精准投放活动内容，为站内引流。

站内

代言人同款解忧小物承接站外流量，成功完成销售转化，沉淀粉丝数据。

创意 H5 消费者互动，世界趣味名画扮演解忧小剧场角色：



✓ 名画天团“领衔主演”《解忧小剧场》，以内容引发共鸣，唤醒元气春日。

✓ 消费者生成并分享自己的定制化的海报，达成社交裂变。

✓ 每个剧情对应一个限量版解忧产品，即时引发购买。



Step 1  
主演登场



Step 2  
主演登场，  
与背景风景互动

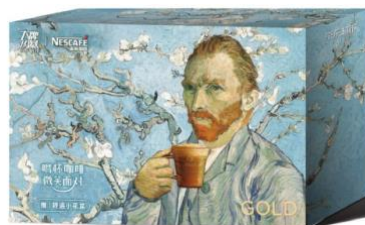


Step 3  
主演登场



Step 4  
主演登场，  
H5 互动

创意礼盒与创意解忧小物：





帮你消除焦虑的雀巢咖啡削削盒礼盒装



桃花自然来的雀巢咖啡小花盆礼盒装

多级级解忧小物



逢考必过的雀巢咖啡小台灯  
雀巢咖啡满199赠



放下怒火，立地微笑的雀巢咖啡微笑杯  
雀巢咖啡满99赠

站外传播矩阵：



<ul style="list-style-type: none"> <li>明星 ID 视频</li> <li>H5 动画视频</li> <li>KOL原创内容</li> <li>小物话题，美图</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>H5</li> <li>朋友圈广告</li> <li>KOL原创内容</li> <li>社群传播</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>明星 ID Video</li> <li>KOL 模仿视频</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>KOL原创内容</li> <li>态度小物推荐/礼盒开箱体验</li> </ul> 
---	--	--	--

线下快闪店：



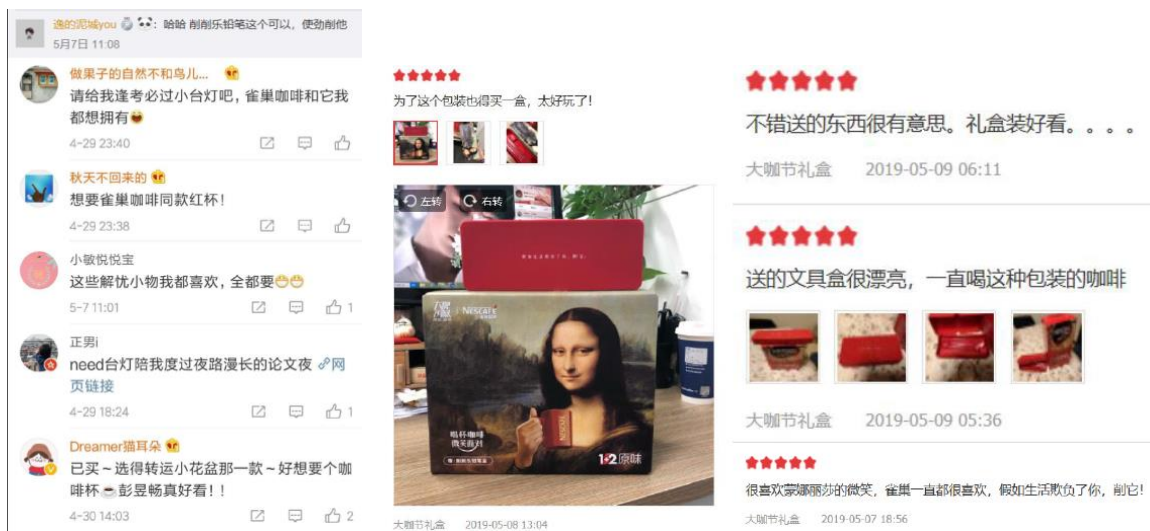
## 营销效果与市场反馈

站外social矩阵触696,544,460人，超目标423%，消费者互动4,439,851人，超目标175%，明星开箱视频观看人次8,102,000人，超目标129%；

站外广告引入UV356,557人，转化率对比去年提升4283%。站内广告引入UV102,000人,转化率提升26%；

品牌消费者资产层面，品牌粉丝活动后总量达1,258,400人,对比活动前增加693,472人。活动前，品牌消费者4A资产覆盖量为1021万，活动后，品牌消费者4A资产覆盖量为1363万，增加33.4%；消费者流转率从认知到吸引对比活动前提升130%。

消费者对于解忧小物的评价：



The image displays a collage of user-generated content. On the left is a vertical list of Weibo comments from users like '连的完城you' and '做菓子的自然不和鸟儿...', expressing their love for the brand's products. In the center and right are product photos, including a red '雀巢咖啡' (Nestlé Coffee) box and a '1+2' coffee pack, with users providing 5-star ratings and positive feedback on the packaging and product quality.