苏宁易购《笑购了没》脱口秀

广 告 主：苏宁易购
所属行业：电商
执行时间：2019.10.28-11.4
参选类别：视频内容营销类

营销背景

在双 11 电商大促活动拉开序幕前夕，苏宁易购在紧锣密鼓的前期预热与筹备中，先期与 11.1 日开始了开门红活动，需要向消费者传达其拼购日、天天发现鲸、提前加购等一系列的电商营销活动。并基于目前的苏宁整体的产业布局，让广大消费者触达到省时、省力、省心、省钱的“四省”原则，其上网、上街、上苏宁的全场景活动，值得广大消费者的作为生活购物的首选推荐。苏宁希望借以当今网络火爆、大众喜闻乐见的脱口秀段子形式，通过软植入的形式来传达品牌主的营销诉求。

营销目标

在双 11 电商大促活动拉开序幕前夕，向消费者传达其拼购日、天天发现鲸、提前加购等一系列的电商营销活动，让广大消费者触达到省时、省力、省心、省钱的“四省”原则，其上网、上街、上苏宁的全场景活动，成为值得广大消费者作为生活购物的首选推荐。

策略与创意

整个营销活动与当今热门脱口秀艺人合作，以大众喜闻乐见的脱口秀段子形式对品牌的诉求点进行结合，把品牌精神以软植入的形式隐藏在段子里，向大众传达品牌精神及营销活动，内容上具有较大传播效应。

在传播媒体上主要征地在互联网渠道的多媒体结合策略，电商客户的消费主要目标消费人群是当今的互联网网民，且脱口秀的形在网络平台收到广大网友的追崇。故项目创意内容的目标观众与品牌目标消费群体趋于一致，并且脱口秀艺人的个人购物形成的“槽点”很多都在一定程度上代表相当一部分消费群体的经历，能够引起大家的共鸣，进而变成笑点，将品牌的营销点巧妙结合，来走进观众的心智，形成较好的营销效果。

执行过程/媒体表现

此次合作根据苏宁品牌 8 大植入点 ,结合各脱口秀艺人人物特征 ,以脱口秀的形式定制 8 期苏宁《笑购了没》节目，搞笑有趣的风格符合观众的观看喜好。

节目8期内容排布			
上线时间	艺人	品牌植入点	正片+花絮提交时间
10月28日	王建国	省时：全场景触点	10月27日已提交
10月29日	史炎	天天发现鲸	
10月30日	庞博	加购+爆款预售	10月29日已提交
10月31日	思文	苏宁超级拼购日+苏宁砍价团	
11月1日	史炎	省心：SUPER会员	10月30日已提交
11月2日	思文	省力：生活帮	
11月3日	庞博	省钱：全场景贵就赔	11月1日已提交
11月4日	王建国	苏宁霸王餐	

从 10.28 至 11.04，连续 8 天，每天发布 1 条脱口秀视频，关联 1 条植入点。

王建国-10. 28
省时：全场景触点
正片时长：4′ 50 ″
花絮时长：1′ 00 ″

史炎-10. 29
天天发现鲸
正片时长：6′ 52 ″
花絮时长：0′ 55 ″

庞博-10. 30
加购+爆款预售
正片时长：2′ 39 ″
花絮时长：0′ 58 ″

思文-10. 31
超级拼购日+苏宁砍价团
正片时长：4′ 08 ″
花絮时长：0′ 58 ″

史炎-11. 01
省心：SUPER会员
正片时长：3′ 59 ″
花絮时长：0′ 56 ″

思文-11. 02
省力：生活帮
正片时长：2′ 40 ″
花絮时长：0′ 56 ″

庞博-11. 03
省钱：全场景贵就赔
正片时长：2′ 18 ″
花絮时长：0′ 55 ″

建国-11. 04
苏宁霸王餐
正片时长：5′ 23 ″
花絮时长：1′ 00 ″

王建国-全场景触点视频：http://t.cn/Ai19WTgx?m=4432458851921011&u=1302778544

苏宁霸王餐视频：http://t.cn/AiBMW519?m=4434995580161975&u=1302778544

史炎-天天发现鲸视频：http://t.cn/Ai1ldayD?m=4432821315443740&u=1452977132

SUPER 会员视频：http://t.cn/AiBvSaxZ?m=4433908533751500&u=1452977132

庞博-加购+爆款预售视频：http://t.cn/Ai1EtNrq?m=4433183653655864&u=1986501907

全场景贵就赔视频：http://t.cn/AiBGxOJ7?m=4434633191857429&u=1986501907

思文超级拼购日+苏宁砍价团：http://t.cn/Ai1rrOPZ?m=4433546078820891&u=1677335501

生活帮视频：http://t.cn/AiBActvV?m=4434270816555389&u=1677335501

同时，艺人配合品牌方拍摄了主题海报，并通过艺人微博以及品牌官博进行传播，为品牌双十一的活动进行了充分的预热。

王建国-10.28
省时：全场景触点

史炎-10.29
天天发现鲸

庞博-10.30
加购+爆款预售

思文-10.31
超级拼购日+苏宁砍价团

史炎-11.01
省心：SUPER会员

思文-11.02
省力：生活帮

庞博-11.03
省钱：全场景贵就赔

建国-11.04
苏宁霸王餐

王建国-10.28
省时：全场景触点

史炎-10.29
天天发现鲸

庞博-10.30
加购+爆款预售

思文-10.31
超级拼购日+苏宁砍价团

史炎-11.01
省心：SUPER会员

思文-11.02
省力：生活帮

庞博-11.03
省钱：全场景贵就赔

建国-11.04
苏宁霸王餐

合作中除了 8 期正片，相应提供的 8 条花絮，艺人 ID，艺人微博，艺人海报等资源可给予充足的宣发物料支持。

营销效果与市场反馈

全网的主流媒体大曝光，专业媒体强劲加持，全网视频播放总量达 2.7 亿次，全网曝光量约 6 亿次，打造了#笑购了没# #哈哈哈哈哈哈# #马薇薇思文隔空辩论# 等话题进行传播引发较大关注。话题阅读量达到 1.45 亿，话题讨论量 7.6 万次。苏宁抖音增粉 3.7 万。在节目播出期间，为苏宁易购 APP 导流用户的平均停留时间提升 518%。