

《旺众一心 团结旺旺》整合营销

广告主：旺旺集团

所属行业：快消品

执行时间：2019.05.01-06.30

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

一、品牌传播及营销背景介绍

日新月异的消费市场中，如何保持年轻与创新是众多经典品牌的必修课。作为国民零食品牌之一的旺旺，近年凭借充满创意的整合行销重返大众视野，深入年轻群体，强化品牌关注度与喜爱度。

2019 年初，集团内部定制手绘版 56 民族旺仔牛奶罐凭借自然流量登上微博热搜。基于受众的热烈反馈和对年轻群体民族自豪感的洞察，旺旺决定落地产品创意，于祖国 70 华诞推出 56 民族旺仔牛奶罐，以独特的方式表达对祖国“旺众一心 团结旺旺”的美好祝愿。创意盲盒发售形式及多渠道联动宣传，助力旺旺不断活跃在品牌年轻化的道路上。

二、面临的营销困境及挑战等

碎片化的互联网传播环境下，如何利用有限的资源，吸引更多受众关注品牌，将传播效益最大化。提升品牌声量的同时，促进销售转化做到品效合一。

营销目标

- 1、借由多元化的营销方式，提升消费者对品牌的好感度，传递旺旺正能量；
- 2、通过创新的产品玩法，将受众注意力引回产品本身，提升售卖转化；
- 3、提升旺旺电商平台知名度，沉淀粉丝用户，帮助店铺后期销售稳步增长。

策略与创意

恰当的时间节点：建国 70 周年，群众高昂的爱国热情和民族自豪感；

应景的产品创意：经典旺仔红罐牛奶+讨喜旺仔 IP 形象+56 民族主题元素；

巧妙的销售方式：盲盒售卖激发新品收集欲，买赠以带动其他品项销售；

整合的营销推广：线上电商、社交媒体、APP/小程序等，线下主题展览、全国自动售货机、全国主

题门店、现渠全国商超门店，全渠道整合营销将曝光最大化。

执行过程/媒体表现

一、预热期

产品概念曝光，话题热议上热搜

集团内部定制手绘版的 56 民族旺仔牛奶罐的图片经官博曝光的第一时间就吸引了众多网友关注和热议，凭借自然流量#56 个民族版旺仔#话题三天内阅读数达到 1.2 亿，讨论数 3.9 万。



伴随 56 民族主题相关周边陆续发布，56 民族旺仔牛奶罐正式迎来官宣亮相



二、爆发期

56 民族知识竞猜 H5 上线传播，趣味化引导用户关注民族知识，分享可获答题机会引发裂变传播。公益视频，线下展宣传视频紧随上线，为后续活动落地预热发声。

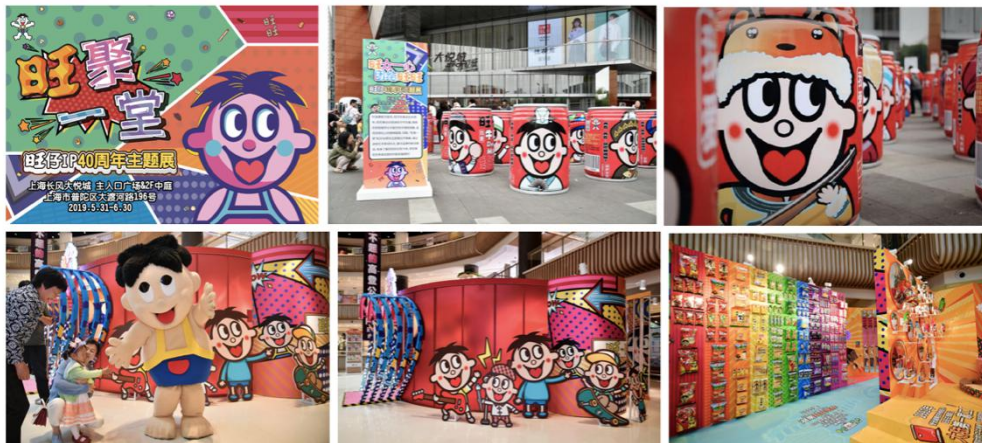


视频链接: #旺爱计划#: <https://m.weibo.cn/3165357381/4378007320031376>

线下主题展: <https://m.weibo.cn/3165357381/4369773104211832>

“旺聚一堂”主题展来袭，线下活动深化用户体验的同时引发二次传播，同步引导扫码回流电商。

“旺聚一堂”旺仔IP40周年线下主题展



利用自有媒体、APP/小程序、电商等全平台曝光。微博联动 45 家品牌/组织，为民族团结发声。

微博多品牌蓝V联动



电商、主题门店、商超等多通路产品上架开售，全套产品天猫拍卖价高达 3 万。

天猫旺旺食品旗舰店直播

阿里拍卖56民族旺旺仔牛奶罐全套



淘宝站内资源

旺旺旺铺APP/小程序

旺旺俱乐部APP/小程序

旺旺全国线下自动售货机



携手中国儿童少年基金会为全国 22 所少数民族学校贫困学生捐赠“旺爱绘画盒”，结合民族绘画赛事，呼吁更多的人关注少数民族贫困儿童。

为小朋友送去#旺爱计划#绘画盒

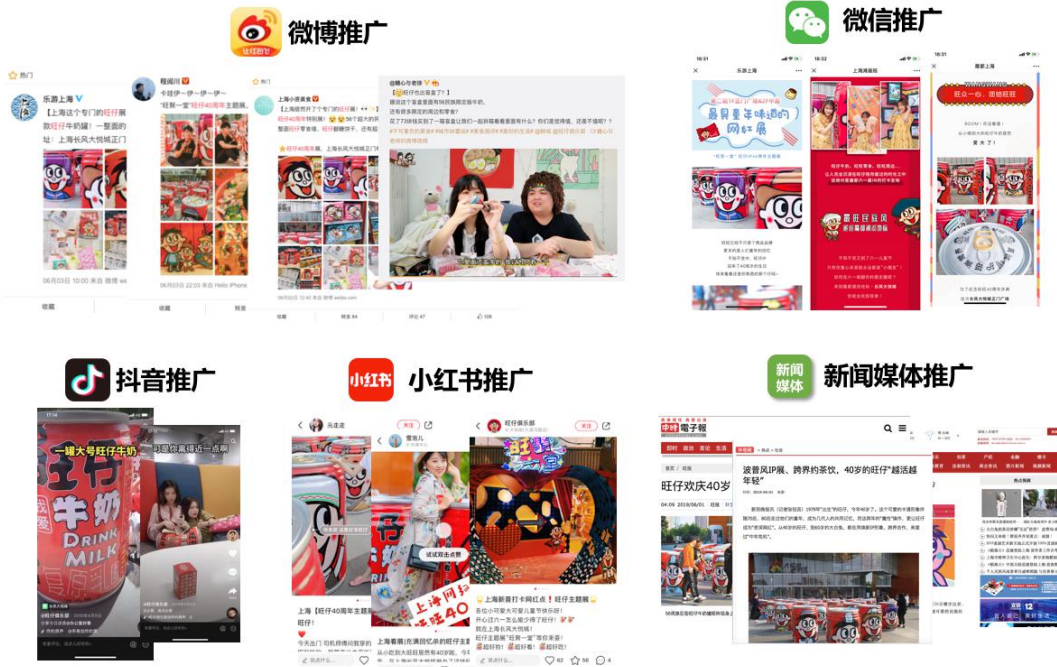


为小朋友送去旺旺产品



三、持续期

超过 80 家新闻媒体、自媒体对本次活动进行报导，提升品牌影响力。与其间激发的 UGC 内容共同沉淀，为后续 56 民族系列产品做强有力的背书，也让旺旺品牌年轻化形象更深入人心。



报导链接 (部分): https://mp.weixin.qq.com/s/7_Rt6IOSA3EbwnV1QFYZ-g

<https://mp.weixin.qq.com/s/RKbTplfj0i8qOzmFxBkZw>

<https://mp.weixin.qq.com/s/E8HYD4e2FheL22jwEfdXQ>

<https://mp.weixin.qq.com/s/wGjFjio-zSUdP5jSz8WRjA>

56 民族旺仔话题持续发酵，为 56 民族版雪饼、仙贝、牛奶糖等产品的上市做铺垫，线下展合肥站、南京站的落地，再次引发热议，将传播下沉至其他城市。

56 民族旺仔延展至旺旺更多产品包装



56 民族旺仔牛奶罐全国巡展



56 民族旺仔牛奶罐-合肥线下主题展



56 民族旺仔牛奶罐-南京线下主题展

营销效果与市场反馈

整体活动总曝光量 **2.4 亿**；微博话题#56 个民族版旺仔#总阅读量 **1.5 亿**，#旺爱计划#总阅读量 **301.3 万**；旺仔俱乐部抖音视频+活动宣传视频总体播放量 **413.4 万**。

数英、梅花网在内的 80 多家专业媒体和自媒体对本次活动进行报导；活动期间，天猫旗舰店新增粉丝数，同比增长 10 倍。

56 民族旺仔牛奶预售开启不到 24 小时，销量已破万组，全套 56 民族罐拍卖价达 3 万元。