

○ 泡果奶-营销推广活动案例

广告主: 旺旺集团
所属行业: 食品饮料
执行时间: 2019.06-07
参选类别: 创意传播类

营销背景

一、品牌传播及营销背景介绍

旺旺集团一直秉持着让产品自身的高质量、好口味带动销量的营销方针，但现在新一代的年轻消费者与互联网的连结更加深入，在以前传统的线下推广以及电视广告推广之外，进行更贴近年轻消费者的传播是必不可少的。

2016 年以“拥抱爱的味道”为传播主题的 TVC，配合洗脑神曲，让受众深入人心。2019 年，如何延续“抱抱”，打造 ○ 泡果奶的标签，让更多的人喜欢上“○ 泡”的“抱抱”是本次活动的创作背景。

二、面临的营销困境及挑战

如何利用 ○ 泡果奶现有消费群体，以及消费者对于产品欢乐、温暖的形象认知为基础，赋予产品新的、更利于传播的基本理念，增强与消费者的互动。

营销目标

一、整体目标

- 1、通过漫画、视频等目标人群易接受的形式，强化 ○ 泡和抱抱的关联；
- 2、提升产品影响力，让更多消费者在听到“抱抱”想到 ○ 泡；
- 3、加深产品记忆，促进销售。

二、阶段目标

- 1、围绕#我要 ○ 泡，我要抱抱#话题内容，通过 KOL 对“抱”相关的词语、成语、俗语进行新解释义，与微博、微信、抖音等不同平台 KOL 合作，加强 ○ 泡和抱抱的关联，引起消费者关注和讨论；
- 2、将产品富含多种维生素清爽零脂肪的卖点软性植入，加强消费者的记忆点。

策略与创意

核心策略：“抱” x 常用词语，另辟蹊径说“o 泡故事”

风靡于网络的“流行语”，普及率高，影响范围广，活动取代用常规的“抱抱”说事，结合目标人群的脑洞，打造新款“抱抱”用 TA 们的语言和角度刻画“o 泡”的抱抱，用简单的图像，“别具一格”的语句引爆消费者跟风 DIY。



创意亮点：基于 O 泡果奶【抱抱】关键词 X 常用词语，另辟蹊径诉说“O 泡故事”的创意亮点，发散多平台多类型的原创 UGC 内容。

执行过程/媒体表现

核心创意&微博话题：#我要 o 泡，我要抱抱#。

第一阶段：

- 1) 传播时间：6.17-6.23;
- 2) 传播内容：图文类 KOL 原创内容;
- 3) 传播目的：围绕 #我要 O 泡，我要抱抱#的主题，引起消费者对 O 泡广告歌的回忆杀;
- 4) 传播方式：6 位微博&2 位微信图文类 KOL 围绕 #我要 O 泡，我要抱抱#的主题优先发声; 部分 kol 内容链接:

[【当时我就震惊了】以风趣的形式阐释“不是不抱时候未到”的新解](#)

[【蜻蜓队长】结合产品，图文并茂对“抱”相关词语进行新解](#)

第二阶段：

- 1) 传播时间：6.24-6.30;
- 2) 传播内容：视频类&漫画类 KOL 原创内容;
- 3) 传播目的：通过多元化的形式，持续沟通主题，引发广泛讨论;
- 4) 传播方式：9 位微博&1 位微信&6 位抖音 KOL 通过不同场景演绎“抱”相关词语新词释义。



部分 kol 内容链接:

[【Acui 阿崔】配音+手绘的方式，植入“抱治百病”的新意](#)

[【在下杨舒慧】结合暑假热点，发布“暑假自救指南”](#)

[【牛轰轰 LZZ】以漫画的形式展现“谈恋爱，全靠以抱制暴”](#)

[【苍南派】以风趣幽默的形式阐释“抱跳如雷”新意](#)

[【破耳兔 poruby】通过漫画形式，形象地表现“无价之抱”的新解释义](#)

[【极品霏】以漫画的形式，通过日常情景展示，阐释“抱薪救火”的新意](#)

[【我是胡可怕】以博主惯用形象生动展现“推金送抱”的新解](#)

第三阶段:

- 1) 传播时间: 7.1-7.15;
- 2) 传播内容: 漫画类头部 KOL 原创内容、抖音挑战赛;
- 3) 传播目的: 延续长尾效应, 以趣味形式吸引消费者持续关注;
- 4) 传播方式: 2 位微博 KOL、官方微博&抖音账号。



抖音挑战赛链接: <https://v.douyin.com/b86dro/>

营销效果与市场反馈

一、数据总览:

- 1、曝光总计：16 亿 7 千 466 万+
- 2、微博话题 (6.17-7.15)：140,000,000;
- 3、抖音挑战赛(6.28-7.4)：1,530,000,000;

第一阶段 (6.17-6.23)：8 位 KOL 阅读总量：11,583,754;

第二阶段 (6.24-7.1)：16 位 KOL 阅读总量+官方曝光：20,048,549;

第三阶段 (7.1-7.15)：2 位 KOL+官方曝光：3,035,000。

二、抖音挑战赛：

旺仔俱乐部官方抖音发起#我要抱抱#挑战赛活动，网友听到“O 泡时间到”暗号立刻原地拥抱。6.28-7.4 期间，网友使用专属贴纸，带话题#我要抱抱 录制视频，去拥抱想拥抱的一切。按作品点赞数和视频相关度综合排序，前 50 名均有丰厚大礼。

挑战赛话题： #我要抱抱；播放量：15.3 亿；讨论数：13.9 万。

挑战赛话题页分析：话题页收录此次挑战赛相关信息，网友纷纷使用专属贴纸拍摄上传自己的“抱抱”时刻参与活动。

三、市场表现：

活动期间，老客户回购的同时，更有诸多潜在消费者购买尝试，O 泡果奶销售业绩同比增长超 20%。