

小熊电器 x 艺兴萌公开课项目

广告主：小熊电器

所属行业：家电行业

执行时间：2018.03.19-03.27

参选类别：社会化营销类

营销背景

2018年3月，在小熊电器12周年庆典上提出了“萌家电”品牌发展方向，为消费者带来轻松、愉悦、可分享的品质生活。为让大众更好地认识“萌家电”和理解其含义，小熊电器在较早前已通过2018 AWE 进行行业内品牌发展方向发声，通过小熊电器十二周年庆典向经销商进行“萌家电”概念诠释。但缺少为消费者进行品牌新理念的传达，需要以消费者喜闻乐见、轻松的方式进行理念传达。

营销目标

基于营销背景，小熊电器缺少为消费者进行品牌新理念的传达。小熊电器对消费者人群进行分析与洞察，并根据其特点，结合小熊电器产品的萌外观与品牌代言人萌主张艺兴风格，共同以“萌公开课”课堂互动形式进行消费者端“萌家电”理念传播，达到消费者在简单轻松的互动环境下认识与了解小熊电器品牌新概念的营销目标。

策略与创意

萌公开课项目主要通过 H5 游戏、官方自媒体、代言人微博与 KOL 传播、现场直播等方式进行项目整合营销，以线上推广+线下活动的模式与大众进行传播互动，让大众在互动中潜移默化地便认识了“萌家电”。

创意亮点：

1、联合明星代言人高调宣布萌公开课，创意入学试 H5 吸引粉丝争相入学。官微+张艺兴微博强势发布入学试 H5，引爆“萌公开课”话题，上线 5 天共卷入 45 万+粉丝参与。



2、萌公开课四大平台同步直播!萌主张艺兴现场互动,以创意小课堂形式传播小熊电器“萌家电”理念,萌导师现场用萌家电上公开课,萌倒粉丝制造直播高潮!



执行过程

项目分为三个阶段:话题引爆、活动高潮、话题扩散

阶段一:通过小熊电器官微与联动萌导师张艺兴微博强势发声,加以12大微博KOL传播,引爆入学试H5活动,上线5天共卷入45万+粉丝参与。



阶段二:活动现场四大平台(天猫直播、京东直播、唯品会直播、一直播)进行直播,代言人张艺兴现场与粉丝进行互动,以轻松愉悦的课堂形式传播小熊电器“萌家电”理念。



阶段三：萌公开课亮点传播，品牌曝光与好评齐飞。 13 大 Kol 火速扩散艺兴萌公开课亮点，加上饭制高质量 UGC 全网开花，PGC+UGC 强势霸屏，为小熊赢得 5 个 热门微博榜单。且 86 家网络媒体频道，11 家主流客户端，共 115 次 为小熊萌公开课点赞。为品牌带来 4960 万曝光！



营销效果与市场反馈

发布入学试 H5 加以代言人张艺兴官微发声，引爆#艺兴萌公开课#话题，话题阅读量超过 9417 万，跃居热门话题 1 小时榜 TOP4 霸屏长达 8 天，成为小熊电器历史第一高互动量话题。



萌公开课活动现场除了有张艺兴现场与粉丝互动，更有进行四大平台直播，卷入超过 2349.8 万观众收看，掀起项目高潮。项目收官方面，近多个头部微信 KOL 进行传播并不断发酵，阅读量突破 58.8 万次。



除了官方传播外，饭制高质量 UGC 全网开花。兴迷网友自制高质量 UGC，进行全网多角度扩散，为小熊打 CALL！为小熊赢得 5 个热门微博榜单！黄 V 优质 UGC 超 300+ 条，UGC 二次曝光量达到 380 万。



项目总广告价值高达 4276 万，并影响受众 5.5 亿人次，ROI 达到 1:14。