

三星睿慕·净速干衣机创意视频内容营销

广告主：三星电子

所属行业：家电行业

执行时间：2018.01.05-02.09

参选类别：视频内容营销类

营销背景

三星睿慕净速干衣机作为一款新品进入市场，急需树立三星干衣机的高端形象，利用品牌曝光浪潮实现对于产品的消费认知。而干衣机的视频营销从 2 月开始预热，正是冬末春初多雨的时候，消费者面临着天气阴冷衣服难干等多种难题的困扰。

营销目标

三星睿慕净速干衣机新品上市，通过极果极限实验的场景应用，激发用户对产品功能的认知，为品牌树立起高端形象。

策略与创意

品牌产品主打速度、干度、舒适度和行业其它产品形成区分度，从而细化目标消费者群体，极果抓住该群体特征有针对性进行营销。极果以产品亮点为出发点，策划自带传播力的反常规视频，以极致场景应用强化产品功能认知。视频从用户冬季快速干衣的需求出发和市面上干衣机硬广形成区分，拉近消费者感情层面的距离。

三星睿慕·净速干衣机的核心亮点是采用热泵低温烘干技术，35 分钟快烘，即烘速干马上穿；低温保护面料、不伤衣、更省电。为重点突出本款产品的“高效干衣”功能。

极果联合风洞实验室，通过极限实验的方式，进行 10 级大风与三星睿慕净速干衣机进行干衣对比，证明三星干衣机急速烘干甚至大于十级风的烘干速度，打造科技类趣味创意评测实验。同时在科技类、视频类、资讯类平台进行全面推广，最大化吸引目标群体眼球，呈现视觉冲击。

视频链接：

https://v.youku.com/v_show/id_XMzM4MDgwODE5Ng==.html?spm=a2h0k.11417342.so_results.dtitle

核心创意|极限实验



执行过程/媒体表现

基于三星睿慕净速干衣机发布时间节点和产品特点, 极果自制原创内容进行传播, 诠释“三星的干衣机, 不止是最好的干衣机, 更是以圈层领袖为代表的一种生活方式”。极果从消费者需求出发, 联合风洞实验室通过极限实验的方式, 为三星干衣机打造专属创意视频。视频内容传播至各大视频网站、全网头部资讯平台以及极果全平台, 凭借创意视频自带传播力获得十大网站首页推荐。

营销效果与市场反馈

极果以树立三星睿慕净速干衣机的形象、增强产品曝光、建立用户消费认知为出发点, 策划本次创意视频营销事件, 以极致场景应用强化消费者产品功能认知。视频从用户冬季快速干衣的需求出发和市面上干衣机硬广形成区分, 通过全网全渠道推广和创意自带的传播力, 使得产品影响力最大化, 与消费者情感建立沟通点, 为产品沉淀种子消费用户群。

数据统计为: 2018年2月5日至2月9日。

精选文章推广平台与数据统计, 阅读量 670153, 曝光量 632W。

创意视频数据统计, 播放量 705579, 曝光量 395W。

总营销可统计阅读量 1325201, 可统计曝光量 1027W。

实验视频 | 创意视频获得十大网站首页推荐



搜狐新闻-首页推荐频道 **爱奇艺-极果首页** **腾讯视频-极果首页** **搜狐视频-极果首页** **优酷视频-极果首页** **腾讯视频-科技频道首页-今日热门**

秒拍-极果首页 **网易新闻-极果TV首页** **一点资讯-极果TV首页** **哔哩哔哩动画-极果首页** **今日头条-极果首页**

腾讯数码-第一视觉厅
播放量 705,579 **曝光量 395w**