

你的每天，在重复着怎样的工作？

广告主：科勒旗下佳德厨卫

所属行业：厨卫

执行时间：2018.05.01-05.03

参选类别：视频内容营销类

营销背景

在我们身边有这么一群人：他们感慨生活没期待，吐槽工作没动力，质疑每天重复做着同样的事，人生的意义在哪里？当今时代，丧文化流行当道，上班一族对工作的不满化为各种吐槽和负能量，在生活和网络世界不断被传播和扩大。

我们希望通过短片传达正能量，传达平凡的重复背后的意义。

营销目标

结合品牌与节日属性，输出品牌价值观，引发用户共鸣。通过在微信、微博、腾讯视频各平台进行传播推广，实现一定的曝光量与品牌传播。

策略与创意

视频开头以理性的数据代替感性的描述性语言，更直观客观地凸显重复性。我们有可能是个工人，司机，职员，甚至其它岗位。不变的是，我们每天都在经历着重复，经历着重复数据背后的迷茫和质疑，它具有普遍性和现实意义。

后面，视频展示每一个岗位上具体的人，由他们的感悟引出重复背后的变化。

视频由面到点，由岗位本身到一个个具体鲜活的生命感悟，更容易缩短与受众的距离，更深刻地引起受众共鸣。

执行过程/媒体表现

短片开始通过数据呈现每一份工作的重复性，如：车间焊接约 1000 次，销售发邮件约 50 封等，直观阐述了社会各种类型工作的重复性劳动。



因为长时间的重复，人们不可避免产生负面情绪及质疑。



但是，当我们能沉下心坚持，会发现自己渐渐有了变化。视频展示：质检人员的能力提升了，设计师的效率更高了，客服人员的沟通能力更强了。

短片最后，以文案总结：时间会向我们证明，有每一份工作都有它的价值，每一次重复都值得被看到。



营销效果与市场反馈

在微博上, 视频作品达到了 80 万+ 的阅读, 转发数超过 4000, 评论超过 2000, 点赞数超过 3000。

在微信公众号上, 视频作品阅读量达到 10000+。

在腾讯视频上, 视频作品播放量达到 10000+。



佳德品牌借自己员工的视角, 讲出当下劳动者的冷暖, 也让人看到了品牌的情怀与用心。

阅读 11502

44



你的每天, 在重复着怎样的工作? ❤️