

“中秋油礼”系列漫画

广告主：鲁花集团

所属行业：粮油食品

执行时间：2018.09.01-2019.1.22

参选类别：社会化营销类

营销背景

节假日是产品销售的最旺时期，尤其是中秋这种适合家人团聚、拜见长辈的节日，更切合鲁花“家庭消费群体”受众。

营销目标

在这一关键时期把握住中秋节消费大市场，围绕中秋这一传统文化节日进行传播，既能体现出鲁花对传统文化的弘扬，以及对亲情的人文关怀，又能刺激产品销售，进行电商引流。

策略与创意

以“中秋‘油’礼”为主题，将“过节送油”的理念以年轻人可接受的方式传达给年轻人，分别在微信、微博、抖音等主舆论平台展开宣传，并在情感类、生活类、美食类微信大号进行了造势传播。

执行过程/媒体表现

9月17日，鲁花官方微信首发手漫推文第一篇《有奖互动 | 解锁中秋送礼新姿势！》



9月18日，发布系列漫画第二篇《中秋“油”礼第二弹！这样的浪漫可以有》

针对花样送礼手绘漫画，微信端通过文章《关于中秋送妈妈礼物不得不说的几句话》、《论浪漫，这位儿子的操作我是服气的！》、《做个好儿子，也要有点小心机》在健康类、生活类KOL，包括@他她、@Ami的曼生活及@思想新知发布。



营销效果与市场反馈

以“中秋‘油’礼”为主题，将“过节送油”的理念以年轻人可接受的方式传达给年轻人，分别在微信、微博、抖音等主舆论平台展开宣传。截止日前，#中秋油礼#主题微信推文、大号推广及微博话题总阅读量逾71W，其中，阅读量10W+推文4篇，中秋期间双微粉丝增长逾5.3W，数据增长迅速，创下鲁花各项历史数据之最。