

洋河唤醒时代记忆，全民致敬教师节

广告主：洋河

所属行业：白酒

执行时间：2018.09.01-09.22

参选类别：社会化营销类

营销背景

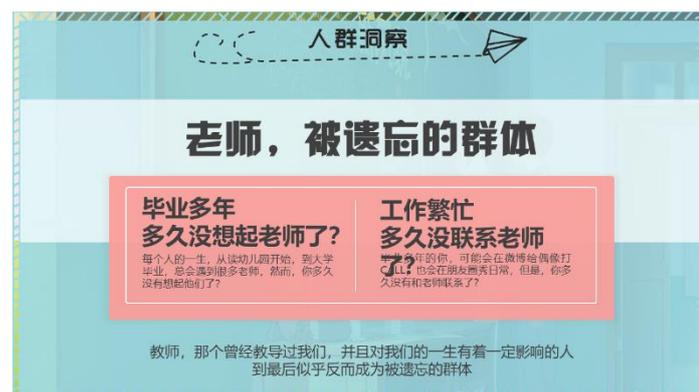
1、营销背景

2018年是洋河的“致敬之年”，“敬我最尊敬的人”是洋河重点打造的品牌IP，致敬父母，致敬亲朋，致敬长辈，致敬同伴，梦之蓝“敬我最尊敬的人”的一系列品牌推广在神州大地掀起一场场情感风暴，梦之蓝以酒为媒，敬那些在我们人生中影响我们，值得尊敬的人，传递着我们的感恩和想念。



2、行业环境

教师，是那个我们最容易忽视却也是对我们影响最深的群体，教师节这个特殊的节日，也是很多品牌想要发力的营销热点。“敬我最尊敬的人”作为洋河的品牌诉求，与教师节有着天然的情感连接，继敬父母、敬长辈等一系列致敬动作之后，我们将情感聚焦到了教师这一类群体，将这些有“温度”的活动构成梦之蓝2018年品牌IP的传播基调，反映梦之蓝的情怀与梦想，传奇全民对教师的敬意。



3、营销困境

如何才能够唤醒用户记忆，引发对教师群体的关注，并掀起对老师的致敬热潮，将洋河敬我最尊敬的人的 IP 植入受众心智呢？

a 用户记忆怎么唤醒？

对于上班族而言，老师已经变成记忆中的一个符号，形象不够鲜明，对于这样一种朦胧的情感，我们如何才能唤醒用户的回忆呢？

b 营销活动如何创新？

在教师节营销战役中，教师节是品牌必争之地，感恩怀旧等情感营销铺天盖地，已经被玩遍了，如何才能在教师节营销上做出爆点呢？



营销目标

通过教师节营销活动，唤醒用户对教师的记忆，调动全民的情绪，向老师传递最深的敬意。持续丰满洋河“敬我最尊敬的人”这一超级 IP，将品牌致敬的属性融于情、润于心，彰显洋河的大格局和大情怀。



策略与创意

1、核心策略

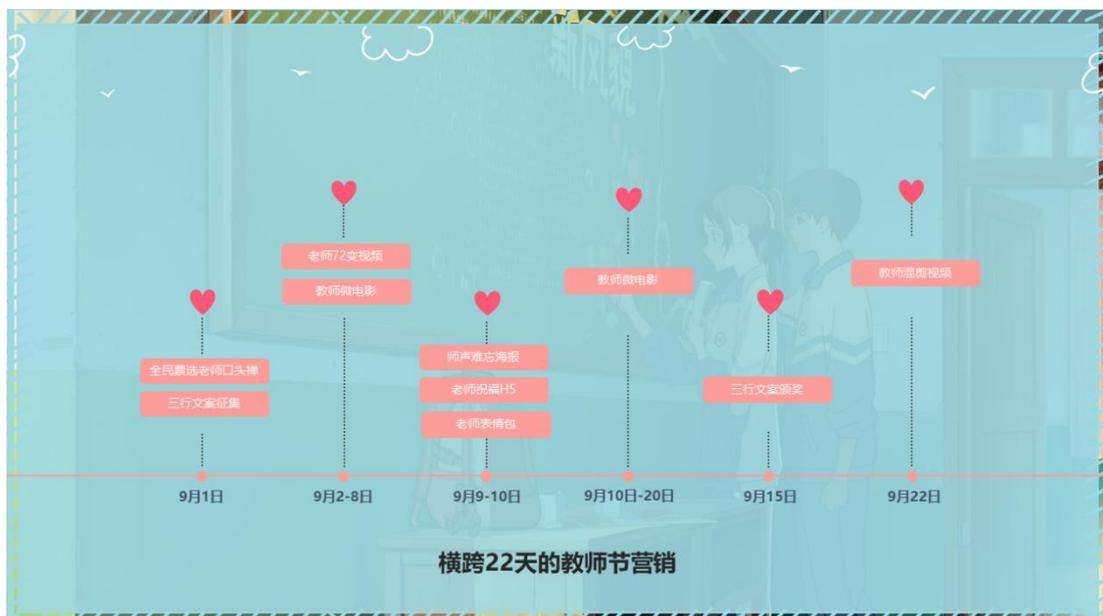
打造师生青春课堂，唤醒师生浓浓情谊

通过校园场景唤醒记忆，真人真师释放情感，老师心声激发共鸣，花式祝福传递敬意。聚合多元注意力，发力多维场景，激活老师画像，打造营销史上最长教师节，带着用户重回课堂，勾勒出粉丝情绪曲线，向老师传递最深的敬意，让洋河的品牌价值得到进化。



2、创意亮点-传播时间最长

史上最长教师节营销月，引爆用户教师节情感，释放我们对老师最深的敬意



3、创意亮点-传播内容最真

四支教师节微电影，取材于真实故事，也是最打动人心的内容



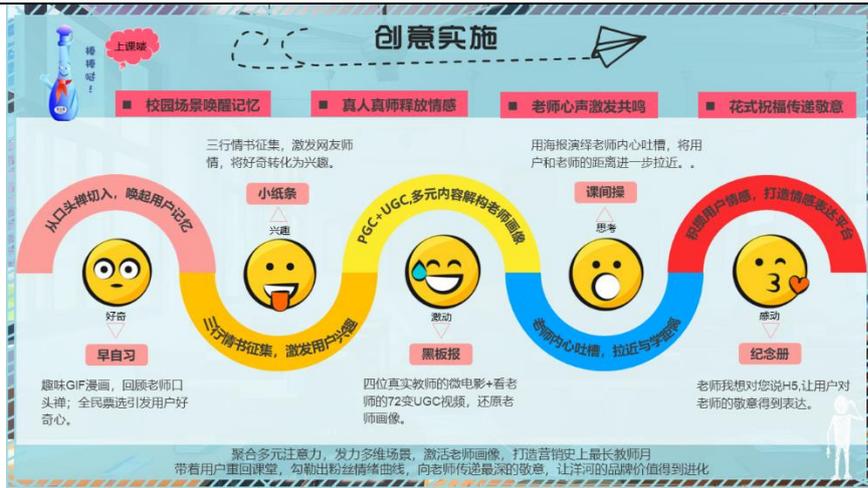
4 创意亮点-社会影响最广

这场声势浩大的教师节传播活动，在社会上引发良好效应，唤醒了大众心中对老师的敬意



执行过程/媒体表现

新浪联合洋河，打造史上最长教师月，从老师口头禅切入、唤醒记忆，微电影和短视频持续丰满老师的形象，结合老师内心吐槽拉近与老师距离。用户对老师的情感一步步的积攒，最后通过三行情书和老师我想对您说，释放大家情感。用一场精彩纷呈的师生青春课堂，唤醒师生浓浓的情谊，将洋河敬我最尊敬的人这一超级 IP 植入每个用户心智。



1、早自习-从口头禅切入，唤醒用户记忆

全民票选老师口头禅趣味上线，再现上课场景，勾起用户记忆。

2、小纸条-三行情书征集，激发用户参与

太多的话，曾无法对老师说出口，三行情书文案征集，对老师告白。

网友兴趣被激发，积极参与情书征集

三行情书征集活动，累计有14000人参与活动，在微信上引发给老师写情书的热潮

14000人参与活动

联合蓝V军团，持续为三行情书造势

三行情书征集活动，联合近20家蓝V机构，向老师发起致敬。

20家蓝V军团

3、黑板报-微视频再现四位恩师感人事迹，赋能情感升级

以邓丽等四位老师为原型的微电影感恩上线。王升安：坚守湖面上上课 40 载；郭现蕊：患有严重的腰间盘突出，六年跪椅式授课；裴广蕊，十三年来，坚持耕耘在非营利性农民工子女学校；邓丽：坚守在高原深山。

PGC主打真实-多元内容描摹老师画像

以邓丽等四位在网上人气很高的老师为原型，拍摄微电影，再现老师工作场景，零距离演绎老师日常，引发广泛的关注和情感共鸣。

@王升安
微山县高楼乡微西小学校长

7,360,000
视频播放量

船桨声音中点燃知识的火把，河道水网间摆渡求知的校船，行程数万里，扁舟寄此生。



PGC主打真实-多元内容描摹老师画像

以邓丽等五位在网上人气很高的老师为原型，拍摄微电影，再现老师工作场景，零距离演绎老师日常，引发广泛的关注和共鸣。

@邓丽

高原小学副校长
2012年最美乡村教师

4,110,000

视频播放量



她放弃了高薪工作，成为坚守在大山深处的一抹红，高原上寂寂的孤独感，抵不过学生的笑脸。



PGC主打真实-多元内容描摹老师画像

以邓丽等五位在网上人气很高的老师为原型，拍摄微电影，再现老师工作场景，零距离演绎老师日常，引发广泛的关注和共鸣。

@郭现蕊

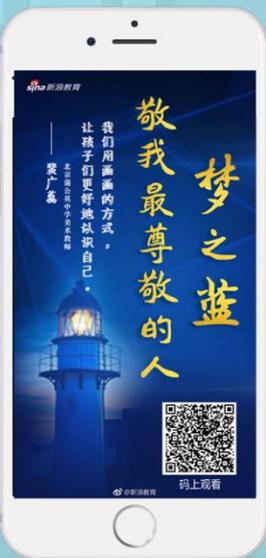
河北邢台市宁晋五中历史教师

8,900,000

视频播放量



弓腰扛背，沐雨栉风，身体苦于病痛折磨，心灵却唱出强者的歌，高考冲刺路上，她是不灭的蜡烛，不倒的脊梁。



PGC主打真实-多元内容描摹老师画像

以邓丽等五位在网上人气很高的老师为原型，拍摄微电影，再现老师工作场景，零距离演绎老师日常，引发广泛的关注和共鸣。

@裴广蕊

北京蒲公英中学美术教师

4,840,000

视频播放量



她用爱与坚守，守护着这个城市流动的希望，她用色彩斑斓的画笔为孩子们创造着充满希望的未来。

每位老师都很独特，老师的 72 变视频，展现老师花样风采。



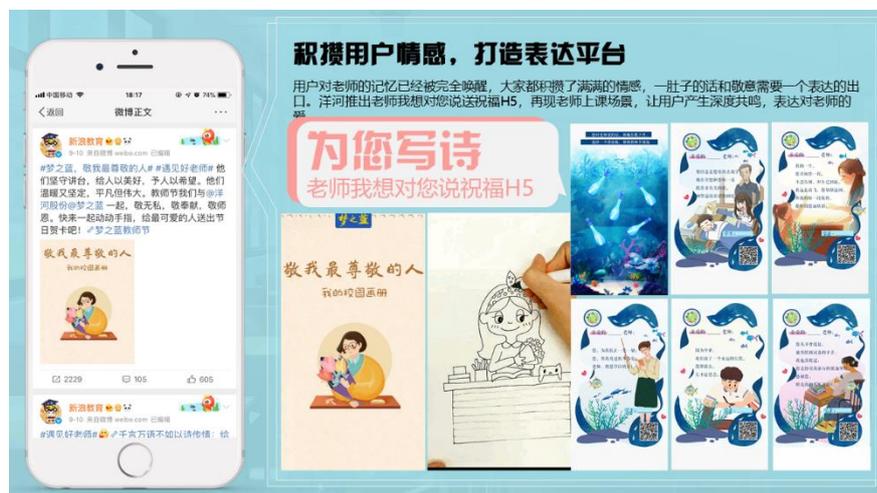
4、课间操-老师内心吐槽，拉近与用户的距离

从老师批改作业的吐槽切入，带你翻开作业本，寻找属于你的师声难忘。



5、纪念册-积攒用户情感，打造表达平台

我想对您说 H5，表达对老师的敬意。最后三行情书颁奖，致敬教师主题进化





营销效果与市场反馈

梦之蓝，敬我最尊敬的人，覆盖人群 4.2 亿人，视频播放总量达 4230 万，话题阅读量近 7000 万。

