

德邦快递 22 周年营销传播活动

广告主：德邦快递

所属行业：物流行业

执行时间：2018.09.01-09.10

参选类别：创意传播类

营销背景

企业背景：

2018 年，德邦开启新征程——成功举办快递行业第一场大型发布会，更名“德邦快递”，彰显引领快递行业的雄心，并推出快递行业第一款真正意义上的一件快递产品——大件快递 3-60kg。

提出企业使命——为电商承诺力赋能。

行业背景：

企业周年庆营销传播，快递行业有先例可鉴——顺丰 25 周年庆，主题：承诺 25 周年，感恩再出发。

德邦 22 周年营销传播活动——成功三要素：有广度、有深度、形成闭环。

营销目标

通过有趣的小游戏，发放 CP 合作商家的优惠券和奖品，游戏设计侧重强化大件快递发德邦的消费者记忆，露出 22 周年信息，与此同时，CP 商家一起参与转发扩散传播。



策略与创意

策略：

赋能——将德邦周年庆打造成 B 端商家与 C 端消费者互动的平台；

场景——着力强化“上楼”场景，凸显差异化产品定位；

痛点——第三方视角观察解读，为德邦“消除大件歧视”背书。

H5 创意诠释：

- 迎合品牌推出的第一款真正意义上的大件快递产品——大件快递 3-60kg，赋能 B 端，“上至 40kg，100%免费上楼”和“上至 60kg，包接包送”对 C 端用户的承诺，引入《敢不敢挑战，一口气上 100 层》的创意点，抱 40kg 的大箱子，你能上几楼？左右摇摆，看看你的实力。
- 游戏机制——根据重力感应，左右摇摆，身穿德邦工服的“快递超人”手举快递箱，向上飞向更高的楼层，到达的楼层越高，得到的优惠券金额越高。
- 楼层设计——前 22 层对应合作伙伴的信息，可发放相应品牌的优惠券，顶层 22 层楼顶为德邦 22 周年信息，继续上升开启隐藏关卡，向 100 层挑战。

执行过程/媒体表现

执行节奏

STEP 1：官方首发，跨界品牌助力。

创建 22 周年微博话题标签，重磅发声，引爆热度。

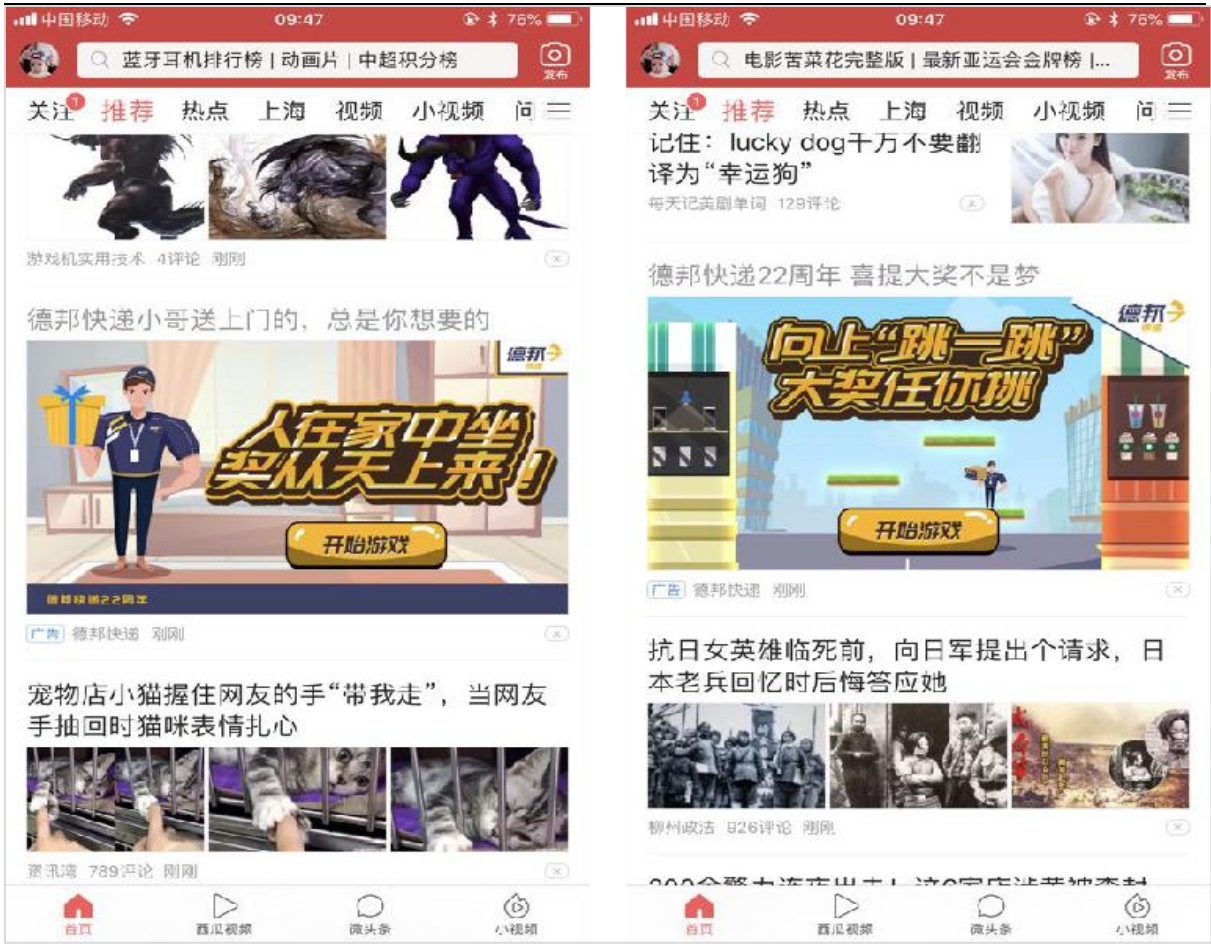


STEP 2：H5 游戏趣味互动，结合 22 周年主题及品牌属性，定制创意 H5，引爆受众关注度，趣味互动体验增强受众粘性。



H5 链接：<http://2018.ithinky.com/debang/index.html>

STEP 3：精准投放：今日头条信息流定向人群精准投放 H5 游戏，加速信息传播。



STEP 4 : 外围解读扩散, 新闻客户端发布及行业网站扩散, H5 游戏解读稿件发布, 覆盖今日头条、一点资讯、快报、网易等媒体, 全国可见或智能推荐, 停留时间 4h-12h.



媒体表现

- 通过今日头条人群标签定向广告投放, 精准覆盖 B 端用户人群, 加速信息传播;

- 选择新闻客户端智能推荐进行活动扩散，精准覆盖 B 端用户人群，选择新闻客户端全国可见及新闻网站提高活动曝光量与 H5 参与量；
- 官方微信推送 H5 活动，通过自身平台粉丝精准覆盖用户人群，提高 H5 活动参与度；
- 选择电商行业自媒体 KOL 进行活动解读，精准覆盖 B 端用户人群，选择新闻网站进行活动解读，覆盖媒体范围广，有利于借助媒体进行曝光及传播扩散。

营销效果与市场反馈

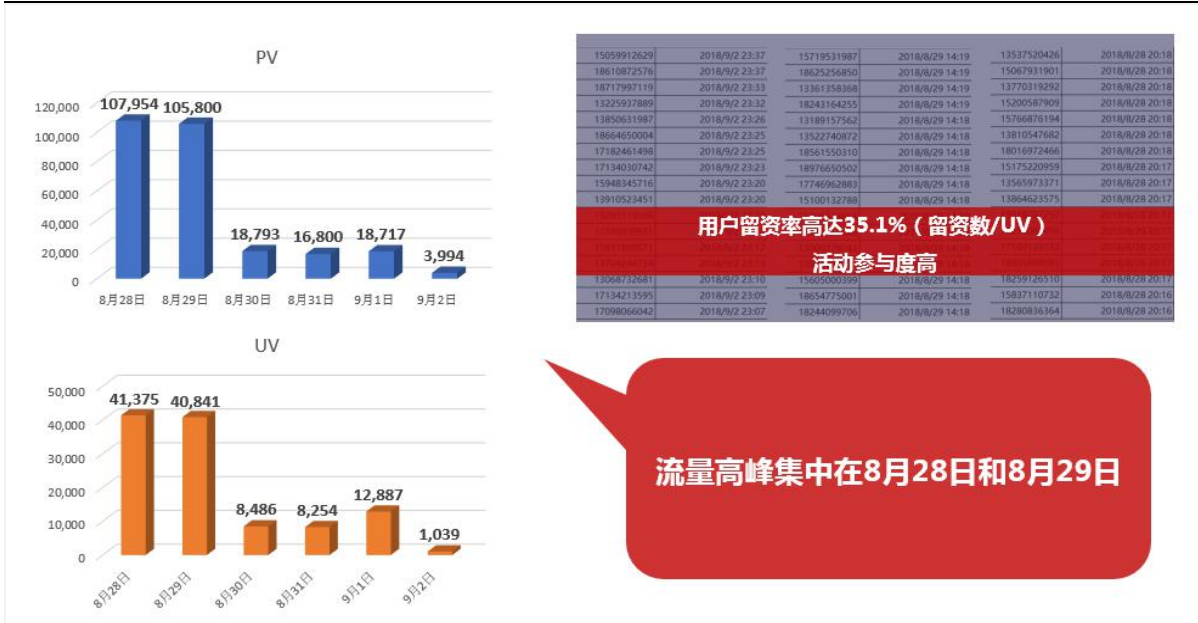
营销效果：

H5 集结德邦快递、联合品牌及用户，实现三方的有效互动，游戏本身可玩性高、活动激励举措成效明显！



H5 传播数据：

- PV-272058、UV-112882 (数据来源：百度统计)；
- 用户登录 (确认提交手机号) 131363 人次、游戏参与 (开始游戏) 328120 人次 (数据来源：ADMMASTER 监测数据)；
- 累计留资信息 (注册登录电话号码) 39587 个 (数据来源：后台手机号数量)。



市场反馈：

良品铺子零食大礼包：发出 49 份，回收有效收货信息 43 份；德邦快递定制礼品：发出 98 份，回收有效收货信息 65 份。