

时尚男装跨界时尚游戏，看海澜之家带年轻男性“刺激吃鸡”

广告主：海澜之家

所属行业：服饰

执行时间：2018.09.27-10.31

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

海澜之家男装品牌年轻化之路，进一步渗透年轻男性人群，提升年轻用户的品牌认知。

营销目标

通过海澜之家 CRM 数据，腾讯 DMP 系统人群洞察，发现目标用户在腾讯手游“刺激战场”有高度的行为匹配度。通过内容深度合作，游戏内道具植入，配合线下快闪店引爆事件，线上线下精准投放引导海澜之家小程序，实现全景共鸣。

策略与创意

精准投放，多维触达：通过游戏植入深度绑定“吃鸡”IP，传播上聚焦活动造势，

线上线下全民“开黑”，get 游戏庞大的忠实人群，为海澜之家占据存在感。

执行过程/媒体表现

- 1、游戏资源深度合作，广泛覆盖游戏青年，提升品牌好感度
- 2、大数据支持，智慧投放，从广度和精度上高效触达目标人群
- 3、IP 授权深度模式为品牌线下助力，游戏形象跨界实体化，打造城中热事快闪店

营销效果与市场反馈

活动期内参加“刺激战场”游戏用户过亿，投放全平台曝光 1.74 亿，点击 640W，快闪店到店人数近万人。