

海尔“卡萨帝人生书店”

广告主：海尔卡萨帝

所属行业：家电

执行时间：2018.10.13-10.17

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

卡萨帝作为全球高端家电的领导者，一直以“爱与艺术”为核心理念，希望通过其极具内涵的文化引导，带领当代人“品味生活之美”。一点资讯作为始终致力于“价值阅读”的新闻媒体，也不断提倡用户“探寻人生真谛”，因此秉承着相同理念的两大平台联手打造了“卡萨帝人生书店”大型线下文化体验馆，希望为每位用户找到匿藏在生活中的艺术与美好。活动将人们生活里最具感知能力的“听觉、嗅觉、视觉、触觉、味觉”，这五大感官化为人生书店的“五大学科”，通过不同的互动体验，带领用户切身感受品牌所倡导的“艺术生活及美好人生”。线上+线下的整合营销将品牌理念深入用户心中，并形成行业声量及扩散。



卡萨帝在全球市场的品牌为 Casarte，源于意大利语，“La casa”是“家”，“arte”是“艺术”，Casarte 将两者合二为一，寓意“家的艺术”。卡萨帝作为高端家电的领导者，更希望通过极具文化内涵的品牌指引，引发当代人生活方式的变革，带领他们品味格调生活，感受美好人生。

营销目标

1、如何将品牌倡导的“艺术与爱”的理念深入用户心中，带领他们感受生活之美？

2、如何让消费者更了解卡萨帝高端的产品特性，与其他家电产生区隔？

策略与创意

随着经济的发展，现代人的需求相较于父辈发生了显著的迭代和刷新，更多从“温饱”层面的物质需求上升至“文化艺术”层面的精神需求，他们更愿意花费时间和金钱在文化消费上。而随着营销趋势的变革，将品牌“玩”到线下也俨然成为当下潮流。因此为卡萨帝举办一场盛大的文化体验店这一想法油然而生。

卡萨帝希望引导现代人“艺术”生活的变革，而一点资讯则始终倡导通过“阅读”寻找人生价值。因次“卡萨帝人生书店”这一活动概念呼之欲出，双方联合打造极具知识和艺术气息的主题快闪店，将生活所有的美好汇聚一处，通过书店这种贴合消费者日常生活的形式作为出口，真正带领用户“品味卡萨帝人生”。

卡萨帝倡导的生活艺术究境是什么呢？是品尝美食时味蕾绽放的幸福，是享受自然时清风拂面的舒适，更是聆听音乐时耳膜震动的美妙，人生的美好正是通过“听觉、嗅觉、视觉、触觉、味觉”这五大感官，给予我们最大的感受。



卡萨帝人生书店 | 感受知识的力量 品味卡萨帝人生

时间、地点

时间：2018.10.13-2018.10.14
地点：北京朝阳区西大望路21号合生汇5楼

主题

卡萨帝人生书店

活动概述

10月13/14号，卡萨帝携手一点资讯以及得到APP，共同打造了为期两天的《卡萨帝人生书店》线下快闪活动，配合“知识就是力量”的传播主题，通过感官知识向用户传递生活艺术。活动整体创意为通过打造五感学科来传递知识力量，邀请多位行业大咖为活动站台，通过多样化的活动体验设计以及极富个性的场馆搭建，吸引了众多消费者参观体验，近距离让用户感受知识的力量，品味卡萨帝人生

因此我们将人生的五感化为“卡萨帝人生书店”中的五大学科，通过“色彩学科”、“感知学科”、“声波学科”、“味蕾学科”及“气味学科”，带领大家从感知出发体验美好生活，用知识畅游领悟艺术人生。

执行过程/媒体表现

【预热期】网络媒体+H5 邀请函集中推送“卡萨帝人生书店”信息进行前期造势

卡萨帝人生书店特邀嘉宾发布图文海报，利用大咖影响力，引发行业声量。同时邀请函 H5 上线，向用户传递“卡萨帝人生书店”五感的核心内涵，通过创意化内容吸引普通受众的关注。并特邀头部营销大号同步发表预热软文，引发大范围的扩散。



【高潮期】线下“卡萨帝人生书店”开幕，带领用户品味卡萨帝倡导的美好生活

“卡萨帝人生书店”在北京合生汇开启，汇集大量贴合品牌调性的高端家庭群体。场馆内打造五大“感官学科”，带领用户感受不同产品所带来的艺术享受，凸显品牌倡导生活理念的同时更展现产品的高端格调。



色彩学科——卡萨帝双子云裳洗衣机，打造衣物呵护空间，邂逅霓裳新衣的绚烂

现场放置真丝，羊绒等高端衣料，通过不同深浅的紫色进行搭配，体现品牌优雅格调。并设有专业解说人员为到场用户分享产品运作模式，凸显独特优势。



感知学科——卡萨帝传奇热水器，打造超强沐浴空间，感受水滴的劲道力量

现场设置卡萨帝热水器最新水压装置，用户可现场感受不同力度水流带来的力道，体现产品强劲水流的独特卖点。



声波学科——卡萨帝 F+ 冰箱，打造新鲜自然空间，聆听食材的美妙旋律

将卡萨帝冰箱内嵌至墙体内，并根据冰箱不同存储区域放置多样化进口食材，凸显产品自由嵌入及高端的调性。同时现场放置 3D 效果耳机，用户可聆听不同新鲜食材的灵动旋律，感受品牌所倡导的“极致养鲜”技术。



味蕾学科——卡萨帝天悦厨电，打造美食共享空间，品尝生活的香甜味道

专业烘焙师及咖啡师利用卡萨帝厨电制作美食，供现场用户品尝。每位用户还可定制专属 3D 趣味拉花，悠闲的美好一刻，凸显卡萨帝“享受生活”的美好倡导。



气味学科——卡萨帝云玺空调，打造零度污染空间，感受空气的芬芳香气

配合卡萨帝空调自带香氛模块的特性，设置**专属香氛台**，铺设百态人生味道，供用户鉴赏。**专业调香师为用户定制专属味道**，让每位用户都可将品牌倡导的“美好人生”带在身边。



【长尾期】线下精彩内容汇聚+行业媒体撰稿，形成营销声量，持续活动热度

线下精彩照片回传+快闪店短视频产出+专题内容汇总，完成从线下引流至线上的闭环式营销，全方位传递品牌理念；同时**多家网络媒体及到场嘉宾发稿**，打造标杆性营销案例，形成品牌行业声量。



营销效果与市场反馈

海尔“卡萨帝人生书店”以五感学科切入，带领用户强有力的感受品牌所倡导的美好人生，通过线上+线下的整合营销，良好的传递品牌调性，并将产品优势完美展现给用户。

线上曝光次数：7570万+； 线上点击次数：191万+； 平均CTR：2.52%

线下活动覆盖人数：15万+； 朋友圈口碑覆盖：5000万+； 朋友圈互动人次：12万+

在线下活动现场更有用户通过工作人员对产品的介绍，形成购买意愿，对产品起到了有效的宣传作用。并有用户与在场工作人员沟通，认为本次活动十分有价值 and 意义，希望能够带子女前来学习，在店内驻足5个小时之久，进行书籍的阅读及观看。

跨界联合，打造营销事件：卡萨帝携手一点资讯，双方联合打造跨界“知识体验店”从人生出发，引导当代人“享受生活之美，品味艺术人生”，形成良好口碑。

落地创意，形成五感学科：把人生中的五感化为书店中的“五大学科”，将卡萨帝产品完美融入其中，通过不同感官的引导带领用户找到生活最初的幸福，凸显品牌理念。

闭环营销，完成整合联动：围绕“卡萨帝人生书店”体验馆进行线上联动，行业大咖发声+媒体联合报道+公关口碑营销，形成全方位行业影响，最大化扩大品牌声量。