

爱马仕 Silk Mix，旋转出你的音乐态度

广告主：爱马仕

所属行业：奢侈品

执行时间：2018.11.06-11.20

参选类别：移动营销类-微信营销

营销背景

2018 年 11 月爱马仕在北京三里屯打造了一家丝巾唱片线下快闪店以推广品牌丝巾产品。充满爱马仕元素的、极具设计感的丝巾图案被印制在黑胶唱片上，用唱片记录着各款丝巾独一无二的混音主题曲，在视觉与触觉以外，还为消费者提供听觉享受以更好地理解产品设计理念及品牌精神。

品牌营销力求结合年轻人喜爱的方式传达品牌理念，拉近品牌与消费者的距离，让消费者感受到爱马仕并非高高在上不可触碰的品牌，高雅的个性设计是自我表达的一抹时尚灵感。

营销目标

第一阶段（快闪店上线前）：社交互动广告吸引年轻受众参与，并实现线下快闪店导流。

第二阶段（快闪店上线后）：持续推广品牌丝巾产品，为品牌官网引流。

策略与创意

结合推广产品及主题在小程序上定制丝巾混音打碟互动环节，提升消费者的参与度与品牌好感度。

借力微信生态体系为消费者打造流畅的闭环体验：精准的微信广告推广 → 流畅的小程序互动 → 快速的社交分享 → 便捷的活动预约 → 及时的活动提醒（短信及服务通知提醒模板） → 简单的线下核验。

第一阶段广告互动数据留存实现第二阶段再营销，提升广告效率。

执行过程/媒体表现

第一阶段：

朋友圈广告推广混音打碟互动小程序，在小程序上用户可以选择喜爱的丝巾和对应的主题曲，并选择混音曲风创作专属音乐。个人创作的专属混音可通过小程序分享，或带小程序太阳码丝巾海报分享给好友，好友可聆听分享的音乐并创作自己的专属音乐。

- 小程序互动人群
- 其他历史互动人群（广告及限时店）
- 品牌公众号粉丝及粉丝 lookalike
- 关键词搜索人群（e.g. 品类、竞品）
- 时尚兴趣人群
- 高端高消人群



营销效果与市场反馈

定制小程序互动共生成音乐 15,000+ 首，人均停留 43 秒，19% 用户创作后主动分享歌曲，极大提升品牌与消费者的互动并完成品牌理念的传达。

品牌完成清晰 leads 收集，最终活动总预约人数超过 3500 人，其中 60% 来自线上推广流量。

历史互动数据的引入助力第二阶段广告互动点击率提升三倍，其中小程序互动人群互动点击率较行业基准值提升近 20 倍，达历史新高。

(数据来源：腾讯内部广告运营数据)