

三星电子 QLED 节气短视频 创意项目

广告主: 三星 (中国) 投资有限公司

所属行业: 家电行业

执行时间: 2018.02.04-12.22

参选类别: 短视频营销类

营销背景

中国传统的 24 节气不仅是作为季节的划分,更是各具景物特色的节日,三星 QLED TV 大屏及画质增强技术能够完美展现各个节气特征,让用户在家中看遍节气美景。

营销目标

直观为用户展示三星 QLED 电视功能点的同时体现三星家电品牌紧跟热点的营销嗅觉。

策略与创意

选择节气热点,一是借助自然传统为产品站台,二是通过相同的景色更能展现产品的独特性。但如何使一件家喻户晓的事情变成三星 QLED TV 独特优势是在传播中首要解决的难题。三星家电把电视比拟成客厅里的“任意窗”,通过电视可以更美更清晰的看到全世界各处美景。画面展示上从 24 节气不同的景观、建筑、人文等纬度,凸显 QLED TV 大屏及画质增强技术带来的宽广视野与超清晰画面,同时配合富含诗意的文案,将中国传统 24 节气的气质传达的淋漓尽致。通过全年不断阐述,在消费者脑海里留下深刻的记忆:节气-美-用三星电视看-更美。

执行过程/媒体表现

包装视频: <https://v.qq.com/x/page/e0828df1an2.html>

在**立春、雨水、春分、谷雨、小满、芒种、大暑、处暑、白露、立冬、冬至**等当天,借助节气标签,通过官方微博发布相关视频。







营销效果与市场反馈

微博发布 14 条，总阅读量 **130,400** 次，总互动量 **14921** 次，在创意短视频中，产品功能卖点得到有效传播，并引发粉丝热烈讨论。(数据截止至 2019 年 1 月 7 日)