

## 三星电子 Quick Drive 慢吞吞与麻花女创意项目

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：2018.04.20-05.16

参选类别：社会化营销类

### 营销背景

滚筒洗衣难洗净，波轮洗衣爱打结，这是人们在挑选洗衣机时难以抉择的痛点。三星智慕·多维双驱洗衣机波轮+滚筒的双驱功能，有效解决了单一驱动洗涤方式的痛点。

### 营销目标

针对目前人们洗衣的痛点创意发散，与用户进行良性互动，通过 SNS 平台将洗衣机的卖点告知且吸引用户参与到互动中来。

### 策略与创意

洗衣机好不好，衣物才知道。结合洗衣机的痛点，将衣物拟人化，让消费者对生活痛点打开话匣子说槽点，通过互动拉近与消费者的距离，从而更好的传达产品核心功能点。

神展开，把痛点变成槽点。将波轮和滚筒洗涤后的衣服拟人化，分别命名为麻花女小姐和慢吞吞先生，用定格动画的方式演绎出衣服间的爱恨情仇。并发布话题活动让消费者自行脑补故事对白，吸引用户疯狂吐槽单一的波轮和滚筒带来的不便，让其自己得出“把二者结合起来，用双驱更好”的结论。

### 执行过程/媒体表现

包装视频：<https://v.qq.com/x/page/x08280fbgcl.html>

多角度，一个爆点四种演绎。

第一期在官方微信微博平台发布《慢吞吞与麻花女》火星语版本视频预热，并发起话题让用户猜测“两人”的对白以及事件缘由，引发用户参与讨论。

<http://n.miaopai.com/media/pLW~5TMeljhjSLwYN4Zjf-cdPH9GbCDw.htm>



第二期微信微博同步发布正式版配音视频，为用户解开事实真相，将活动推至高潮。

<http://n.miaopai.com/media/T0nawvKPTChwTvLrfbZQMMm33kktFti.htm>





第三期在微信端上线一篇幕后花絮推文，向用户深入解析定格动画的拍摄细节，激发用户好奇心，保持活动持续升温。

<https://v.qq.com/x/page/s0827zq9w45.html>





最后一期开启无限脑洞，陆续发布四支方言版视频，拉近与用户的距离，传达产品功能点。





东北话: <http://n.miaopai.com/media/puLKMsY7f78GTx1DGKafdctjAx90ILBV.htm>

四川话: <http://n.miaopai.com/media/vxGmorSAicqnYIG0~MtjM9vGFn7XgJde.htm>

上海话: <http://n.miaopai.com/media/qUoF9XGGSE4LilkaKm3dsTe2HxQZaO9T.htm>

广东话: <http://n.miaopai.com/media/cCcGnk1nCp~k8vZ9RS~gFu3hiA5~eCsb.htm>

## 营销效果与市场反馈

微博发布 1 条, 微信发布 4 条, 总阅读人数 **234438** 次, 总互动量 **1260** 次。粉丝用户脑洞大开, 自发填充, 改编视频情节, 率性吐槽, 随性展开。(数据截止至 2018 年 1 月 7 日)

### 精选留言:

- 1、麻花女苦等火星人 60 分钟, 火星人才姗姗来迟, 麻花女很是生气, 同时看到火星人身上的衬衫有女人的唇印, 火星人百般辩解, 最后在麻花女身上发现男士的内裤, 都是混洗惹的祸, 拥有了三星双驱洗衣机, 以后都不是问题啦, 再也不会吵架啦。
- 2、女: 唇印是我的吗? 男: 不是你的, 会是我的吗? 女: 昨天我.....喝多啦 男: 这种情景已经很多次了, 下次注意。 女: 习惯就好, 自己洗吧 男: 懂, 我有三星洗衣机。
- 3、女: 你怎么迟到 60 分钟! 男: 我在家洗衣服了。女: 那怎么还有唇印! 男: 掉色了。女: 骗人! 男: 怎么会有男内裤? 女: 甩不开! 男: 骗人! 女: 买三星! 男: 买三星!
- 4、男: 不好意思, 迟到了 女: 你足足迟到了 60 分钟 男: 我洗了衣服吹干才出门的, 看就是这件 女: 洗了还有唇膏印? 谁的? 男: 那你怎么穿的男人叉叉? 你自己的没干吗? 传统洗衣机洗不干净, 甩不干水, 三星洗衣机更快更干净。