

好丽友派新享法整合营销项目

广告主：好丽友

所属行业：快销

执行时间：2018.09.01-11.01

参选类别：创意传播类

营销背景

好丽友派进入中国市场 30 年，在巧克力派市场占有相对领先的份额。但好丽友更迭新口味速度缓慢，但面对日益年轻化且十分贪新的消费者，好丽友派如何实现品牌年轻化进程？

营销目标

好丽友希望通过创意的手段，开发出派及 Q 蒂蛋糕的创新吃法，更新产品包装设计，结合新媒体环境特点，通过更为丰富的创意方案，在用户面前焕然一新。

策略与创意

结合新消费族群对新鲜体验的追求，我们开发了派及 Q 蒂蛋糕的创新吃法，并利用新包装完成了拓展食用契机的机会。为了改变年轻用户对派的既有认定，我们制作了年他们热衷的，赋有人设性格的 itvc。以及可以一起“做派”玩起来的 h5 小游戏。以更为丰富的创意解决方案，完成好丽友派的品牌年轻化进程。

执行过程/媒体表现

show case 视频链接：<https://v.qq.com/x/page/r0830xxnku8.html?>

- 1、我们怀揣一颗愿为消费者尝到新鲜口感的决心，亲身试验、开发，研发 8 种创新吃法
- 2、结合派及 Q 蒂蛋糕不同的人群特点及产品特点，设计提示食用契机的 8 款包装。并尝试好丽友从未有过的插画风格。既要延续好丽友一如既往的品牌印记，又要标新立异有所突破。
- 3、赋予产品人设性格，创意呈现创新吃法的 itvc，引导电商销售。
- 4、制作消费者可以玩起来的“做派” h5 小游戏，渗透“新享法”的概念的同时，更可与小伙伴分享。





营销效果与市场反馈

- 1、包装出街后，在官微上收获小伙伴们狂点赞，小伙伴们也自行上传自己发现的新包装。
- 2、itvc 投放 45 天，视频播放 1.45 亿次，转化点击量 600 万
- 3、itvc 引导后，电商同期销售量增长 71% (19)