

蒙牛&天猫超市《世界杯的真情时刻》

广告主：蒙牛

所属行业：快消品

执行时间：2018.06.28-06.29

参选类别：体育+数字营销类

营销背景

2018 年夏天，不能错过的热点话题一定与“世界杯”相关。蒙牛作为 2018 FIFA 世界杯全球官方赞助商，也是世界杯历史上全球范围的第一个乳业品牌赞助商，携手天猫超市在欢呼呐喊声中，准确抓取消费者洞察，为大家带来了一场关于#世界杯的真情时刻#主题盛宴。

营销目标

站内资源倾斜，配合站外资源布局投放，配合创意内容达成全面曝光和导流。

策略与创意

此次天猫超市与蒙牛电商的强强联合，通过天猫大数据准确分析消费者全网行为，配合蒙牛站内站外多重打法，最终准确找到目标消费人群并产出优质的内容与其对话。

从内容营销、形式创新、独家直播再到回馈消费者，形成一条完整的全链路营销。蒙牛联合天猫超市深刻洞察消费者心理，通过触点丰富的营销模式，向消费者传递了世界杯期间品牌的温情价值观，共同提升了双方品牌形象。

无论是进球的欢呼雀跃，还是遗憾的叹息落泪，那些和世界杯有关的真情时刻，一直都有家人、朋友和伴侣的陪伴。此次，蒙牛电商选择纯甄酸奶作为真情时刻的载体，见证每一个和Ta在一起的“世界杯的真情时刻”。

执行过程/媒体表现

1、深刻洞察|真情时刻之父爱无声

如今众多品牌在营销活动中打出“温情牌”，比起“用力过猛”的煽情广告，此次蒙牛电商精准地抓住父亲节与世界杯的双重节点，回到生活中最常见的中国式父子关系。用点点滴滴的生活情节实现“真情时刻”的心灵直击。



视频链接: <https://v.qq.com/iframe/preview.html?vid=k069935buo0&mp>

视频中讲述一对父子跨越时间的亲情故事，小时候，爸爸在孩子眼里是超人一样的完美存在，而随着年龄的增长，对父亲表达的爱的方式越产生误解。父子之间也从幼年时的依赖，到成年后的渐行渐远，当孩子再有机会和父亲一起看世界杯时，蒙牛纯甄似乎成了彼此之间沟通关怀的桥梁，无形之中拉近了父子的距离。

此次，蒙牛借助数十个知名微博KOL如微博搞笑排行榜等及微信KOL新世相等加持传播，增强站外推广力度，为亲子视频带来大量流量，引爆真情时刻的亲情主线，打造多平台矩阵式传播，微博话题热度不断升高，并由此产生大量优质UGC，为活动带来超高流量和关注，并于6月28日蒙牛天猫大牌狂欢活动当天引爆。



微博搞笑排行榜 今天 09:00 来自 微博weibo.com

踢球要有好体力，看球要有好身体，在#世界杯的真情时刻#中，总有一个男主是爸爸，因为他是这世上带你看世界杯的第一人。那些年，是他陪你踢球，为你讲球。不知长大后的你有没有陪伴他？6月28、29日，打开手机淘宝/天猫APP，搜索：世界杯的真情时刻。👉网页链接 抢@蒙牛乳业 & @天猫超市 为... 展开全文

204万次播放 我长大也当足球运动员 05:12

收藏 440 评论 641 点赞 1796

看完男朋友和那个男人的聊天记录，我觉得我输了

这篇 新世相 的第 653 篇文章

Sayings:

前段时间有知恩在微博上发文，说的是一个女生发现了男朋友和他表哥的聊天记录。笑得不行自己！

如果谁还有什么事要展现男性之间的感情，那就世界杯算了吧。

和父亲一起踢球，这就是男生之间最简单的友谊。

这次，蒙牛作为2018 FIFA世界杯全球官方赞助商，专门拍摄了一组短片，讲述你和父亲之间的真情时刻。

打开手机淘宝/天猫APP，搜索“世界杯的真情时刻”，会有惊喜等着你，购买蒙牛产品。为世界杯加油，也为自己和父亲送上一份关心。

总结发言

Nothing 260 球迷福音，分享你关于世界杯，关于男生之间的友谊，关于和父亲踢球的各种体验。

点赞最高的读者，会获得由蒙牛提供的小零食一箱。

快来为你身边的那个男生，舔一口吧。

男生跟男生聊天是小学成绩 女生跟女生聊天是高中成绩 男生跟女生聊天是英语成绩

Kevin Huo 1618 高中聚会，初恋女友到我家玩，结果我家主人突然回来了，她只好躲到长长的窗帘后面，我在qq上发我最喜欢的三个哥们，让他们来我家玩，然后几分钟以后他们开着摩托车来我家，四个人一起嗨玩一晚上，我睡醒家人出去

2、创新形式|真情时刻之全民互动

此次蒙牛电商与天猫超市联合在“阿里巴巴总部”杭州亲橙里开启真情时刻快闪店，搭载线上趣味互动，让普通人亲身感受世界杯氛围，践行了“新零售”的划时代理念。



看球看多了，难免也想体验下绿茵场的实战。杭州亲橙里以色彩鲜亮的“俄罗斯方块”搭建出一个造型新颖的快闪店，让你仿佛置身于俄罗斯Fan Fest现场。不仅能体验点球、射门，还能享受到蒙牛精心准备的夏日清凉美味——水果酸奶捞。

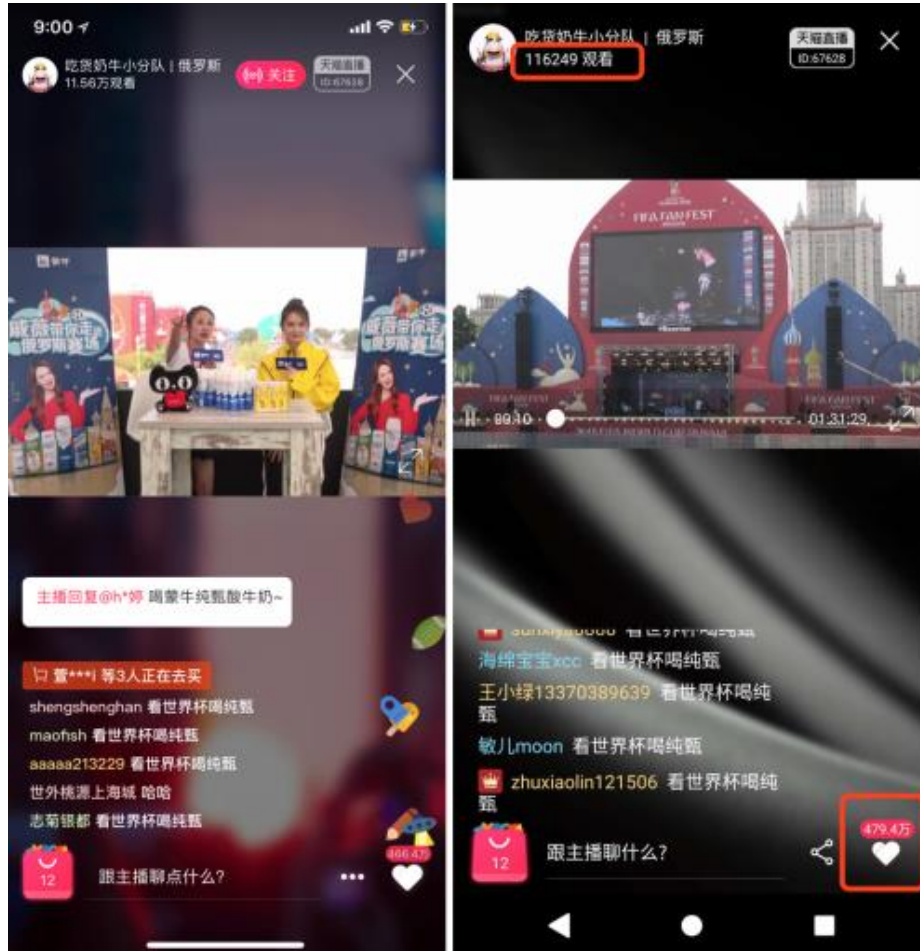
这种全新的形式打通线上线下的同时，也为蒙牛电商及天猫超市精准抓取用户数据作出贡献。

3、引爆活动|真情时刻之赛场零距离

真情之下，除了亲情、爱情、友情，还有一种我们不能忽视的情感——爱豆情。作为世界杯首次合作的乳业品牌，蒙牛获得世界杯场地独家直播权益，在俄罗斯莫斯科的Fan Fest场地，蒙牛电商与天猫超市共同开启真情明星直播，双方整合各自领域的优势资源，运用整合营销资源，完成流量引爆，和消费者同频共振。



直播环节更是以新奇制胜，邀请在《北京女子图鉴》大火的爱豆戚薇担当“真情明星”，惊喜爆料和老公的世界杯真情时刻小故事，通过互动、红包和多种福利，顺其自然地将流量引入天猫超市，从关注活动到下单购买一气呵成。创造了11.62万人同时在线的直播记录，展示了教科书般的直播新玩法。



4、反哺用户|真情时刻之不忘初心

在站内天猫超市，蒙牛电商则用实实在在的礼品回馈消费者的信赖。除了满减促销，还有满赠真情时刻亲子礼包。消费者可以通过礼包中的贴心组合感受看球时刻的真情氛围。



5、矩阵传播

七成网民使用门户类网站获取世界杯资讯的渠道--今日头条、网易新闻开屏广告为活动曝光引流创新Sogo输入法智能广告精准触及目标消费群体。新世相、麦子熟了头部微信大号原生植入，助推本次活动热度，产生多元化UGC，影响用户心智、情感、视频、段子手、生活热点类微博KOL，触及不同圈层消费者，散播活动广度与深度。

营销效果与市场反馈

在此次世界杯全链路营销中，蒙牛本着一颗“纯甄”的心，不忘初心，作为行业的龙头品牌，结合“理想生活上天猫”的品牌价值观，将“真情时刻”贯穿营销始终，通过线上线下联动，明星效应加持，配合高影响力KOL、网易新闻、今日头条、搜狗输入法等多个主流媒体传播，让营销信息触及到更多的用户。

在整体传播规划中，蒙牛尝试电商营销新玩法，利用阿里用户数据与搜狗输入法联合，用户在搜狗输入法中输入关键词，点击后可触发文字链接直通天猫超市，打破了微信与天猫平台的营销壁垒。

让每一个参与其中的消费者都能感受到真情的力量，同时引爆销量，实现品牌与营销的共赢。仅走心视频亲子篇就获得了738.3万的点击量，直播更是刷新了品牌直播的记录，创造了同时观看11.62万人数。这次与天猫合作的世界杯活动，共计取得了2.6亿的关注量。实锤验证了双方品牌赋能的共赢效果。

这次蒙牛与天猫的强强联合，尝试了许多新概念的营销方式，在活动中融入的新零售概念，让品牌与消费者的互动更具新意和粘性，在传播品牌形象的同时，收获了更多的消费者资产，这种品牌之间相互赋能的联动性，也正为时代创造更多元的化学反应。