

Coach X Keith Haring AR 互动体验

广告主: Coach 蔻驰

所属行业: 奢侈品

执行时间: 2018.03.12-04.29

参选类别: 搜索营销类

营销背景

背景:

近年来,中国消费者在全球范围内的奢侈品消费实现了强势增长,占全球市场份额的 32%。以千禧一代为主力军的新增客户大量涌入市场,加速了奢侈品消费的增长。中国房地产市值飙升,股市一路飘红,“财富效应”推动奢侈品消费增长。消费者信心逐渐恢复,全球价差不断缩小,亦推动国内奢侈品市场蓬勃发展。

挑战:

随着互联网飞速发展,用户从电脑端偏向移动端的趋势也日益明显。近年来,百度奢侈品移动市场流量增幅迅速。

百度指数显示,Coach 品牌的相关搜索中,除了官网信息和其核心产品手袋以外,存在相当一部分其他奢侈品牌检索信息。

Coach 的挑战是如何顺应市场变化,更有效地覆盖潜在用户并为他们提供更好的品牌体验。

营销目标

短期强曝光,覆盖更多品牌潜在用户,并为用户提供更好的品牌互动体验。

策略与创意

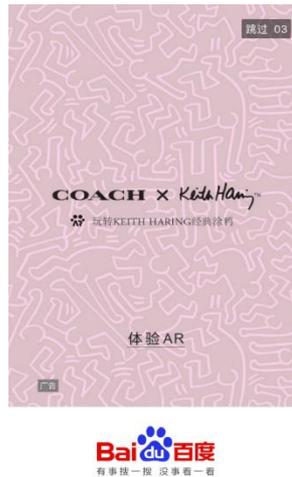
洞察:

地域人群分布来看,一线城市及沿海地区占比高,广东居首位。二三线地区的占比也为品牌精准投放提供了新思路。

年龄人群分布中,30-39 岁具有购买力的人群占比大。同时,20-29 岁以及 40-49 岁的人群也不容忽视。

性别分布显示,男女比例较均衡(男 40%:女 60%)。

策略：对目标人群进行精准定向，并结合百度 AR 实现技术，为用户创造妙趣横生的全新时尚体验。



创意：

打破传统，以新科技方式为消费者打造全新的品牌体验，巧妙地将品牌信息传递给用户，使营销方式更有效、精准，有效在短期内增强曝光并获取更多潜在用户。



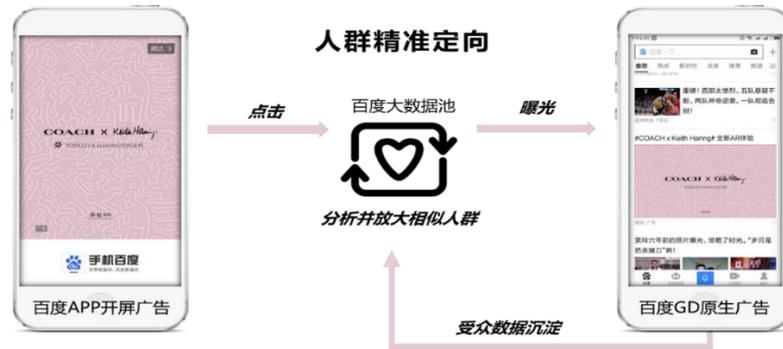
- 1、重点覆盖城市：北京、广州、郑州、重庆、南京
- 2、通过 Coach 新款，Keith Haring 涂鸦等关键词定向品牌爱好者和奢侈品时尚先锋
- 3、通过奢侈品，海淘，服饰箱包等兴趣标签定向奢侈品受众

执行过程/媒体表现

结合 AR 新科技，从 Coach Keith Haring 限量合作款产品元素出发，运用时下流行的拍照、视频方式，与更多用户互动，传播品牌时尚主张。

利用百度无线品牌专区+GD 原生广告+手机百度 APP 开屏形式，对高精度人群进行多维度的深度挖掘，有效传播 Coach Keith Haring 限量合作款产品信息。

根据不同人群有效利用精准定向（关键词+兴趣点），结合百度优质原生资源，进一步覆盖品牌潜在用户，传播趣味 AR 互动。



营销效果与市场反馈

硬广共产生 219,857,102 曝光，3,427,667 点击以及 1,722,004 官网访问量。

Coach 的 AR 互动营销，通过百度大数据分析，从多维定向方面深入挖掘，与不同用户建立对话及深入互动，有效传播了 Coach x Keith Haring 限量合作款信息。

通过百度商业推广产品组合，累计获得了 20,000,000+ 的曝光，670,183 次总 AR 体验 UV，拍照 PV421,762，拍照分享 PV112,149，录制 PV46,037，录制分享 PV5,516，达到了与用户深入沟通并传播品牌时尚主张的目的。

数据来源：百度及媒体数据