

## 海尔生活家电中秋热点营销中秋暗黑食堂

广告主：海尔生活家电

所属行业：小家电

执行时间：2018.01.01-12.01

参选类别：短视频营销类

### 营销背景

近年来，随着消费者生活水平的提高,国内的小家电市场规模在稳步攀升。2018 年小家电行业市场预计突破 3500 亿元大关，而线上销售仅占 35%，随着人们的消费理念、网购习惯养成，每年线上销售的占比不断扩大。

小家电市场品牌繁多，海尔生活家电如何在众多品牌商中脱颖而出，充分开拓线上销售潜力，内容营销势必是线上营销的不二选择。

小家电消费人群偏年轻化，如何开辟年轻人的消费市场

我们为其定制了一场具有内容特色的短视频营销 campaign。内容定制基于以下三点洞察：

- 1、每逢佳节也是美食之节，美食文化是中华传统；
- 2、大众青睐新奇美味，喜尝新鲜食品；
- 3、食色、食味、更食趣，趣味饮食是现今饮食升级的现象之一。

### 营销目标

传统的硬广和单一的传播手段在开拓线上市场时已经不具备绝对的优势。我们希望借本次的热点营销，可以通过特色内容吸引关注，提升品牌影响力，为品牌注入品牌活力，从而促进产品销量增长。

### 策略与创意

本次 campaign，采用“特色内容为主导，多传播形式为手段”策略，多平台长周期进行扩散，达到了良好的效果。

我们从“趣食”入手，借中秋节日热点，并采用直播+短视频的新颖手法，做创意内容。

- 1、内容新鲜有趣，暗黑料理——西红柿牛肉香蕉水饺，水壶煮饺子，令人脑洞大开，航天月饼的 3D 设计更让人大开眼界；

2、传播形式多样化，预热海报、线上直播、创意短视频、H5、Vlog，展现形式丰富多彩，深受年轻人喜爱；

3、传播平台多样化，一直播、微博矩阵、微信朋友圈、微信公众号四位一体多平台传播，打造多维度立体传播。

## 执行过程/媒体表现

视频地址：

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDAYNDY5MDgzNg==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1](http://v.youku.com/v_show/id_XNDAYNDY5MDgzNg==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1)

传播周期中，充分联合多方资源，分为三个阶段执行。预热缔造超高人气声量，传播中期打造传播爆点，长尾期引发广泛关注。



### 1、前期预热 9.19—9.20

发布预热海报，转发抽奖

发布相关“暗黑料理”食谱

盘点历史上的奇葩月饼

联合转发



2、中期直播 9.21

趣味直播，引爆高潮



**直播引爆 BANG!!**

中期直播分为三个环节，科普趣食——暗黑料理——飞天情怀，三个主题，带领观众层层深入，**有知、有趣、有情**。内容丰富生动，效果呈现良好，收获网友热烈反馈。

**Part 1: 科普趣食**  
盘点我国各地中秋趣食文化;

**Part 2: 暗黑料理**  
办公室自制暗黑水饺，水壶煮水饺大挑战成功**ComboX2**;

**Part 3: 飞天情怀**  
航天KOL王陶陶亲临直播，分享航天月饼的设计建模，讲述航天与月亮的情怀故事

**KOL 亲临现场**



**直播引爆**

**直播+微博 双端联动，引爆关注**

**观看量 44.6万**

**点赞量 29.3万**

**评论 136次**

**阅读数 2349**

**互动 99次**

3、9.22—10.19

结合双节发布搞笑短视频《我不是厨神之暗黑食堂》，制霸朋友圈

转发微信 H5

微博发布 Vlog

# 长尾传播

长尾传播期，结合中秋节、国庆节双节热点，推出《我不是厨神之暗黑食堂》短视频。搞笑短视频，以无厘头的形式讲述了“瞎小美”的**暗黑食谱减肥大法**。**双微联动传播，引发大量的关注&转发。**

### 微博发布Vlog

### 微信发布H5

## 营销效果与市场反馈

联合美食自媒体、知名企业海尔官V，共同为直播打造声量，并加入转发抽奖环节，不断扩散项目热度，收获良好效果反馈。

一直播：观看量 44.6 万；点赞 29.3 万；互动 136 次。

微博：阅读量 63452 次；互动量 358 次；粉丝增长 122 人。

资源加持：5 个大号助攻；1 个垂直橙 V；1 个知名企业蓝 V；1 名 KOL 亲临现场。

联合美食自媒体、知名企业海尔官V，共同为直播打造声量，并加入转发抽奖环节，不断扩散项目热度，收获良好效果反馈。

**一直播**

观看量 **44.6万**  
点赞 **29.3万**  
互动 **136次**

**微博**

阅读量 **63452次**  
互动量 **358次**  
粉丝增长 **122人**

**Haier 品牌**

品牌官V增加粉丝185人  
品牌日常互动人气增加