

旺仔俱乐部新媒体平台-旺仔撒星星创意传播

广告主：上海旺旺食品集团有限公司

所属行业：食品饮料

执行时间：2018.11.29-12.23

参选类别：创意传播类

营销背景

一、品牌传播及营销背景介绍

当今时代，品牌的营销渠道已经不能局限于传统媒体之中，新媒体的崛起代表了一种更高效，更迅速的传递信息的方式，同时也拥有更扁平的操作方式与更低成本的营销途径，并且可以与消费受众直接互动，且能以最及时的速度获取反馈信息，是如今品牌塑造 IP 形象的不可或缺的手段。

旺旺品牌的最主要形象“旺仔”以其可爱，魔性的形象，一直广受年轻人的喜爱。旺仔俱乐部充分运用这一形象的优势，将其打造成一种代表“魔性”、“时尚”、“网红”、“好运”的 icon，使其成为年轻人之间乐此不疲主动相互传播的爆款。

二、面临的营销困境及挑战

作为一个企业的自媒体平台，创作时的限制较多，需要在有限的创意空间里创作出足够吸引粉丝的有趣内容，不商业又有趣，又要保证品牌调性。

营销目标

一、预期目标

制作出爆款内容，使其在各大平台中广泛传播，刷屏首页、朋友圈，让旺仔可爱 IP 用更可爱的方式被更多人知道和喜欢。

二、整体目标

将旺仔 IP 形象植入人们脑海中，使旺仔成为一种潮流，从而达到让人们自发使用旺仔形象，进而达到宣传目的。

策略与创意

使用一种人们在社交媒体上很少见到的图片与 emoji 相结合的创意形式制作图文内容，使人们因为觉得新奇有趣从而收藏、转发、点赞，跨平台转载使用，从而达到传播目的。

12 月 18 日全国开始进入寒冬，人们普遍对天气的转冷有着较为浓厚的讨论和吐槽热情，我们紧跟热度制作了九宫格进化版的下雪图。不出意外地又一次成为了传播热点。



营销效果与市场反馈

旺仔俱乐部曝光总计：269.8 万

转发：5552 评论：1769 点赞：15934

首次发布的“旺仔撒星星”的微博内容获得大量自媒体大 V 转载传播，甚至因为转载次数太多，大量下载上传的步骤，导致一些 po 主发布的图片已经严重失真，足以见得传播次数之多。也可以说明其实际真正的曝光量远不止微博阅读数那些数量。

不仅在微博，在发布的三天期间，朋友圈也在疯狂刷屏。更有蓝 V 品牌直接把这个作为热点进行改编，作为一向跟热点的品牌主，这次直接制造热点，更别人来追热点。

病房 15小时前 +关注

十二月的第一天，转发此旺旺一切都旺。

* * * * *
* * * * *
* * * * *
* * * * *



❄️ 负能量聚集地戳这里

🔗 3.9万 💬 1241 👍 3688

追风少年刘全有 昨天 11:19

* * * * *
* * * * *
* * * * *
* * * * *

全世界最好的全有哥哥



🔗 419 💬 2158 👍 5828

andy_bw 来自iPhone客户端

* * * * *
* * * * *
* * * * *
* * * * *



❄️ 大你们都在做什么 276人发表了态度 😊

🔗 1.5万 💬 2.3万 👍 2.4万

法制晚报 2分钟前 来自微博 weibo.com

#心灵解码#
2018最后一月 好运* * * * *

* * * * *
* * * * *
* * * * *



🔗 5 💬 1 👍 15

一笑而过

愛我鴨 新年一定旺



北京·中央民族大学

18:11 删除

头条新闻

#新浪20年# 我20岁啦!



每日热点事件整理

1747人发表了态度

2.2万 1.7万 16.4万

三只松鼠

转发这只松鼠，12月你操心的所有事都会顺利!



467 220 663

luckincoffee瑞幸咖啡

12月第1天，转发这只小鹿幸运加倍~



79 43 87