三星（中国）投资有限公司

所属行业：家电行业
参选类别：数字营销最具影响力品牌

品牌简介

三星电子一直致力于为用户提供创新的产品和体验，最大限度提高应用的便利性，使消费者的生活更加精彩。通过不断的研发和探索，我们正不断扩展旗下战略产品品类。自 2006 年赢得消费类电子产品全球市场份额桂冠以来，我们以卓越技术和创新设计，巩固了在平板电视和显示器市场的领导地位。通过提供丰富的用户体验和智能的产品功能，2016 年我们在全球智能手机市场中名列前茅，从而加强了在市场中的领导地位。除了高端智能手机产品，我们的中低端产品系列使我们能够从来自全球更广泛市场的消费者的积极反馈中受益。在数字家电业务方面，我们通过推出创新型产品和差异化设计应用，使三星在高端市场取得了显著增长。

2018 年数字营销影响力表现

三星家电：

在不断发展变化的营销背景下，三星电子聚焦于建设和更新自己的品牌资产，在数字化平台上快速收集信息，形成洞察，关心用户所关心的，深化与消费者的互动关系，并给予创意支持和自由的发挥空间，愿意为其买单。2018 年，在家电市场竞争激烈的情况下，三星家电凭借“麻花女与慢吞吞”创意短视频，以定格动画别样演绎的方式，在 SNS 平台上与消费者形成良好反馈，并通过多重体验增进了顾客忠诚度。

三星 Galaxy 手机

以视频栏目为主的全新形式，创新性地将产品自然融入其中，推出《变美吧！女神》五期节目内容，将过目就忘的素人秒变一见倾心的女神，用三星 Galaxy A9 Star 的纯粹美拍、Galaxy A9s 的后置四摄拍照定格美丽。推出《来吧！燃烧卡路里》，开启肥宅的智能健身之旅，让素人佩戴三星 Galaxy Watch，随身检测运动状态，使用三星 Galaxy A9s | A8 进行跑步打卡和自带的三星健康 APP 记录饮食卡路里，最后用三星 Galaxy A9s | A8 拍摄健身照片。

围绕让外表和形体变得更加美丽，关注美的系列节目，击中了人们爱美的天性和对健康生活方式的追求。

我们发现了这一节目的亮点，在当今社会环境中贴合了人们的生活方式，并会带来可持续性的传播，决定加大投入力度，大胆地召集粉丝报名参与，积极地与粉丝形成良性互动。

事实证明了这一努力的成果，我们的投入获得了超出预期的效果，每期内容都引起大量话题讨论和

转发评论，收获了许多来自粉丝的互动。

代表案例

三星家电案例名称：

三星电子 Quick Drive 慢吞吞与麻花女 创意项目

1、视频及互动话题发出后，引发了火爆的参与与分享，粉丝们纷纷脑洞大开，自发填充动画中故意缺失的台词，并且改编视频情节，率性吐槽。我们也迅速反馈，根据节奏发布普通话版揭秘视频、幕后花絮露出、方言版视频放送等，既满足粉丝了解后续的愿望又保持了话题的持续发酵。

2、此次新的创意形式收获颇多，不仅与粉丝间形成了良好的互动，还使粉丝在自编剧本期间熟悉了解了三星智慕·多维双驱洗衣机波轮滚筒结合的核心产品功能点，并达到了自发性的广泛传播，利于潜在目标消费者进行购买决策，也侧面反映了此次活动对用户心理把握程度的透彻。

三星 Galaxy 手机案例名称：

三星 Galaxy A9s | Galaxy Watch《来吧！燃烧卡路里》创意项目
https://v.qq.com/x/page/c0829or6udc.html

三星 Galaxy A9s | A6s 手机《变美吧！女神》创意项目
https://v.qq.com/x/page/n082988opat.html

栏目播出后，很快引起了粉丝们的热忱，互动中屡屡出现催促更新的评论与回复，粉丝们急切地想看到新一期的内容，并不断讨论节目话题。在此期间，我们很快做出反馈，不断支持推出新的内容，满足粉丝们的期待。

第一次推出视频栏目获得如此大的反响，使得粉丝不仅热切关注三星官方平台的传播内容，三星 Galaxy A9 Star 的纯粹美拍、三星 Galaxy A9s 后置四摄功能和三星智能产品的健康功能也得到广泛传播，美誉度大幅提升，并使得用户产生购买行为，这也充分证明了对项目把控和判断的精准。