

湖南中烟“和·趣”陈列大赛互动营销

广告主：湖南中烟

所属行业：烟草

执行时间：2018.11.01-12.31

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

烟草行业传播因为一系列的禁令相对处于敏感地带，加之传统营销思路的影响根深蒂固，互联网创新的思维模式及方法很难渗透到传统的烟草行业。随着年轻消费者群体的崛起，品牌需要在传播内容及形式上进行新的尝试，这对于 To B 平台，也是一次新的营销探索。

营销目标

以互联网娱乐化视频形式进行营销传播，吸引终端零售户的关注；

强化品牌与零售终端情感联系，提升终端平台的活跃度及影响力，加强零售户认同感。

策略与创意

策略：

湖南中烟以“和文化”为品牌精神，基于年轻群体追求新奇有趣的洞察，因此，将“和文化”与“趣味化”结合，提炼出主题“和·趣”。

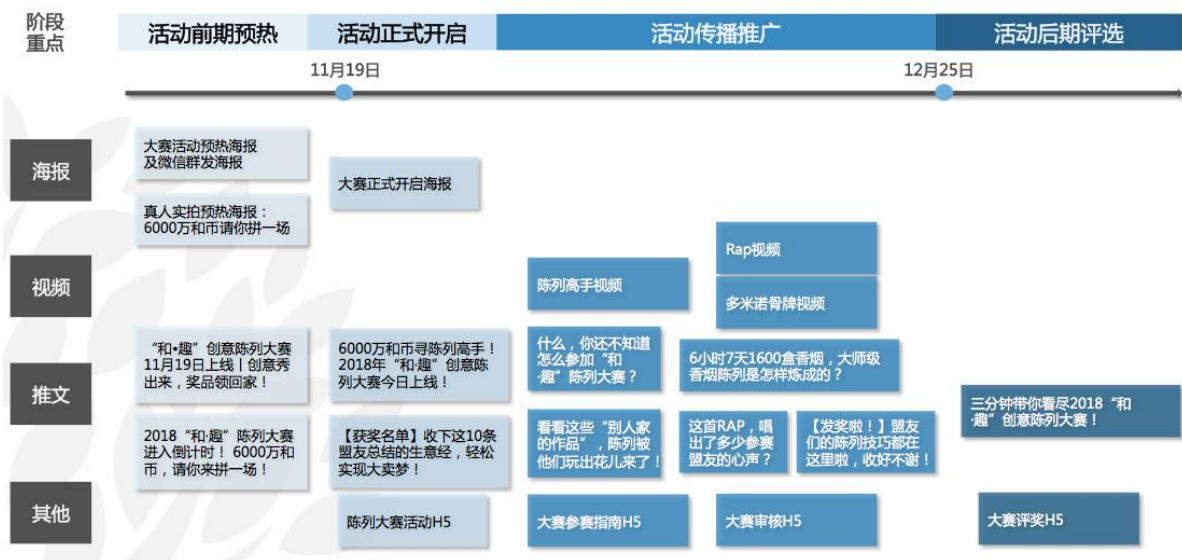
创意：

以“和·趣”为主题推出线下零售户陈列大赛，并在线上引爆传播。

1、联网娱乐化的方式，借助短视频风口，推出系列视频，包括：制作陈列高手搭建岳阳楼、多米诺骨牌烟盒玩法、陈列大赛 RAP、《聆听商户的声音》倒鸭子视频等贴近零售户、题材新奇异的视频传播形式，拓展和联盟平台内容与题材的丰富度，提升品牌的关注；

2、“趣”陈列大赛与感谢季“说出你的感谢语”活动，加强和联盟平台与零售终端的情感联系，强化与零售终端情感联系，加强零售户认同感。

执行过程/媒体表现



一、陈列大赛预热期：

1、大赛预热海报及微信群发海报，奖品利益点刺激用户



2、推文盘点上一届精彩陈列，为陈列大赛预热造势



3、真人实拍预热海报，煽动商户关注期待大赛



4、大赛倒计时预热推文，持续撩拨用户关注



二、陈列大赛开启期：

1、赛海报正式发出，开启陈列大赛



2、大赛活动推文，上线陈列大赛 H5 活动



3、陈列大赛活动 H5，呈现零售户创意陈列



链接: <https://actx.itable.com.cn/tobacco/storeDisplay2018/index.php>

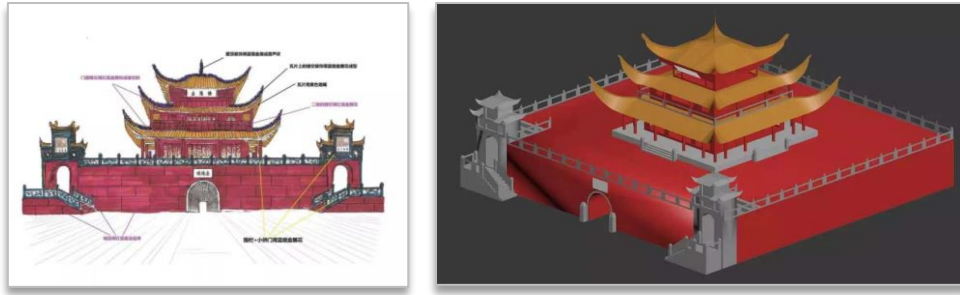
三、陈列大赛活动传播期:

1、赛指南 H5，全方位详解参赛规则与步骤



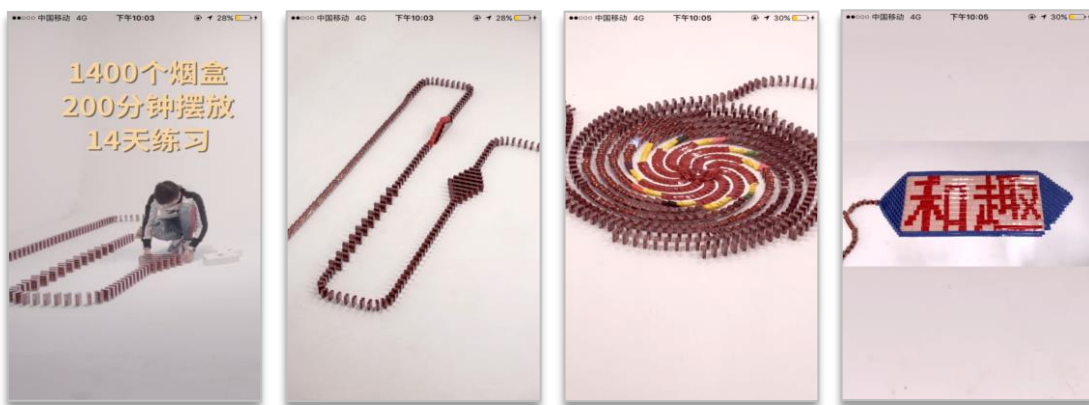
2、邀请国内外陈列高手陈贝与 Damian Rafal Blaszczyk 完成搭建岳阳楼视频，诠释匠心陈列





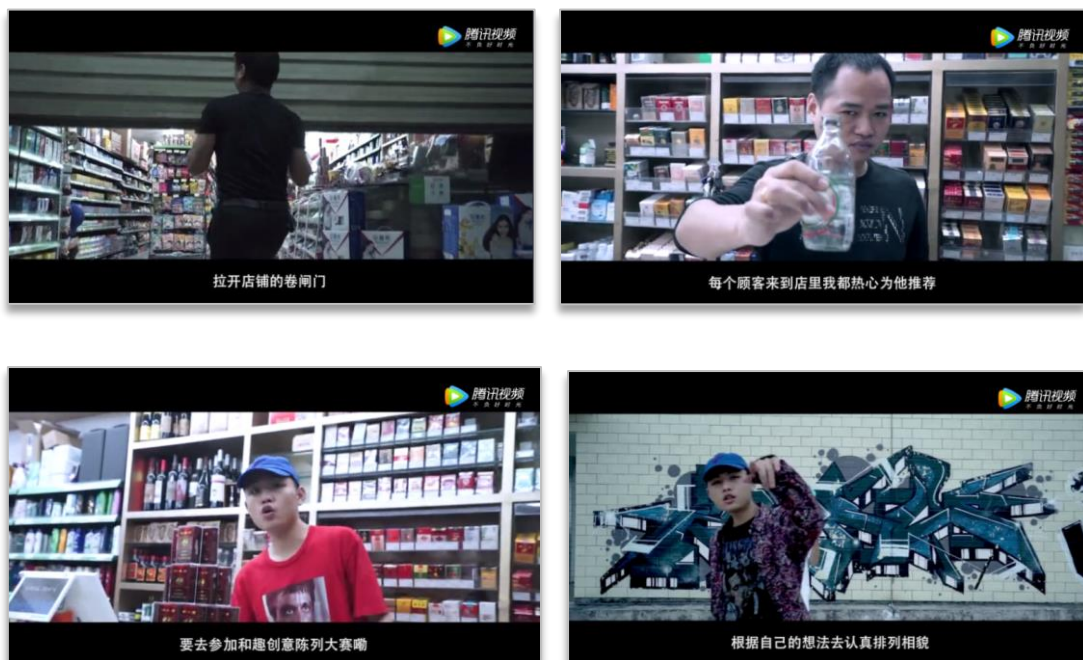
链接: <https://v.qq.com/x/page/p08050o3eql.html>

3、邀请知名多米诺骨牌达人现场摆放烟盒，玩转烟盒陈列，将此次陈列大赛活动推向高潮



链接: <https://v.qq.com/x/page/p0812pji0og.html>

4、邀请 Rap 歌手编曲撰写 Rap 歌曲，唱出众多零售商户的日常生活，也唱出参赛盟友的心声





链接: <https://v.qq.com/x/page/i0812sii742.html>

四、陈列大赛评选期:

创意陈列大赛亮点回顾推文, 展示用户陈列作品风采



五、赛后感谢季延续传播:

1、互联网化“倒鸭子”方言视频, 预热感谢季活动

收集各地零售户的感谢语, 用全国各地区的方言配音, 以互联网化文字字幕的形式制作视频, 既贴合终端零售户的生活, 也采用了新的视频形式, 突显“感谢季”的温馨氛围。





链接: <https://v.qq.com/x/page/a0816x8qkvs.html>

2、温馨 360 全景图感谢季 H5 上线, 点亮用户心中的谢意。



链接: <https://actx.itable.com.cn/tobacoo/gratitude/index.php>

3、文盘点感谢季语录, 和联盟为零售户送上 2019 年祝福。



营销效果与市场反馈

1、陈列大赛活动共收到作品 6500 幅, 参与商户人数超 3000 人, 商户参与投票 7523 人, 总投票数达到 26 万, 活动总浏览量超 18 万, 总访客数达超 10 万人次;

2、季活动上线7天，总浏览量超20万，总访客数达到11万；

3、期间推文阅读量总计11万；

4、间视频播放量超过10万。