

百年安佳·致敬百年

- ◆ **品牌名称:** 安佳
- ◆ **所属行业:** 快消品
- ◆ **执行时间:** 2019.09.09 (1天)
- ◆ **参选类别:** 整合营销类



至2019年，成立于1886年的安佳已经133岁了。由于其进入中国市场较晚，其悠久的历史并不被国内的消费者熟知，对安佳品牌了解度不足。

与安佳同1886年诞生超级品牌，如可口可乐，就凭借其悠久的历史在国人心中留下了“值得信赖”的品牌印象。

安佳品牌想借助 **#致敬百年#** 安佳Campaign，让中国消费者重新认识安佳品牌，建立起对安佳“源自纯净新西兰的世界顶级乳制品百年品牌”的品牌认知，建立消费者心中安佳品牌卓越品质形象，提升品牌好感度和信赖度。

● 复古已成为当下年轻TA喜爱的、最IN的流行趋势

复古营造一种与现代时间上的距离感，视觉美感、听觉穿梭感，具有意外，反套路，反常规的效果，在心理层面上，营造出与用户的亲切感，唤起TA情感共鸣。

● 复古广告也成为越来越多品牌不按套路出牌的吸睛创意必杀技



致敬百年

基于洞察，百年安佳以【致敬百年】为创意核心，充分利用复古传统媒体

结合百年经典复古品牌 + 复古报刊 + 复古电话媒介 + 复古H5照相馆 的创意形式，营造活动的复古氛围，

通过引流O2O电商平台，实现带货。最后复盘整场百年复古事件社会化整合营销，促使声量持续发酵，提高品牌知名度。



创意亮点

1

联动百年品牌
齐发声
促资源转化



2

借势老字号
报刊周年庆
引发关注



3

“穿越热线”
营造回忆杀
唤起情怀



4

百年照相馆
黑科技交互
引裂变分享

H5

5

O2O电商上线
百年经典品牌
超值礼包





全网首创

将传统媒体报纸 + 400复古热线电话 + 黑科技H5相结合的
创新社交组合传播形式，全方位打通线上线下
引流O2O电商平台实现转化，达到品效合一

强力借势 《新民晚报》90周年大庆，引发全民热议



百年安佳品牌携手老字号报刊《新民晚报》刊登复古广告

1. 借势创刊90周年的《新民晚报》，在**传统纸媒**上投放广告，唤起TA复古情怀，强化致敬百年的情感诉求。同时，纸媒上印刷的**H5二维码**以及**400电话**等信息，**全方位打通线上线下，实现带货**。
2. 配合媒体矩阵扩散，全面引发用户好奇，号召用户参与互动购买。



首创复古“穿越热线”，营造复古情怀

百年安佳通过**400电话传统电话媒体**，开创了拨打复古“穿越热线”，聆听具有**穿越性、年代感**的广告声音，唤起年轻一代受众群体的复古情怀。当TA拨打该热线，便能听到诸如**经典的“羊羊羊，恒源祥”**等广告之声，亲切的年代感瞬间拉近品牌与用户距离，引发深层次的情感共鸣，语音引流O2O电商平台。



1 拨打400-025-1886

2 选择1~9任意数字

3 聆听广告声音+引流京东到家

END

真正的复古热线闪耀登场啦，
带你聆听古早味的广告声音

复古热线: 4000251886

更多百年品牌，在线营业！



复古百年照相馆H5黑科技，吸睛交互引发裂变分享

H5

百年安佳以“百年照相馆”作为噱头吸引眼球，带领用户**穿越了解1886年发生的经典大事件**，并利用人脸融合的黑科技，看看百年前的自己长什么模样。有趣的互动体验，满足受众娱乐化需求，高效带动用户自主分享，深受粉丝好评。结果页引流O2O电商，刺激消费流量转化。



O2O电商上线百年品牌超值礼包

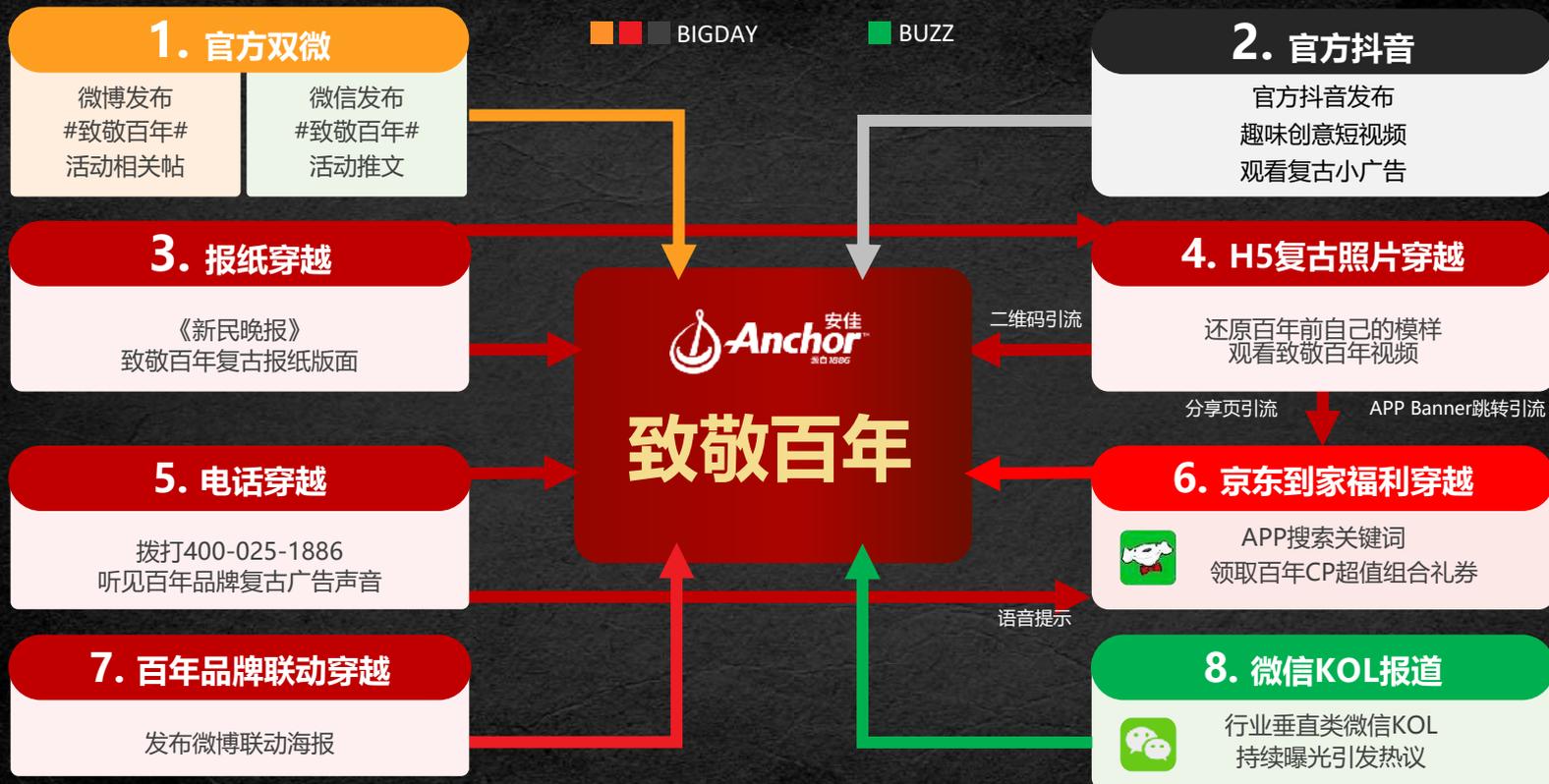
百年安佳的明星产品联合各大百年经典品牌热门产品组成**百年经典超值礼包组合**，吸引用户在京东到家APP选购。利用双微一抖、H5、400电话、报纸等多种渠道，引流实现线上线下营销闭环。



行业垂直媒体复盘，延续声量

活动后期，行业垂直类KOL @广告门 @数字营销江湖，从**百年安佳联合百年蓝V拯救纸媒**的角度，复盘致敬百年项目，进行二次传播。从行业角度扩大活动声量，提高品牌知名度。





此次安佳百年活动中消费者正面反馈，证实百年品牌活动的传播推广获得消费者认可，“致敬百年”能引起消费者的敬重感，提升品牌在消费者心中的好感度和信任度。

总曝光

126,680,515

互动量

585,695

*数据来源

总曝光：KOL微博、KOL微信、微博话题量、抖音视频播放量、安佳官方微博、安佳官方微信、安佳H5；互动量：微博&微信&抖音的转+评+赞、400电话、安佳H5互动数、报纸发行数



百年经典品牌联合发力
实现高曝光、话题高涨



复古媒介组合策略
引发共鸣深化百年记忆点



黑科技H5&短视频
建立情感，带货转化