

苏宁易购 《笑购了没》 脱口秀

- ◆ **品牌名称:** 苏宁易购
- ◆ **所属行业:** 电商
- ◆ **执行时间:** 2019.10.28-11.04
- ◆ **参选类别:** 短视频营销类

- **营销背景**

- 在双11电商大促活动拉开序幕前夕，苏宁易购在紧锣密鼓的前期预热与筹备中，先期与11.1日开始了开门红活动，需要向消费者传达其拼购日、天天发现鲸、提前加购等一系列的电商营销活动。并基于目前的苏宁整体的产业布局，让广大消费者触达到省时、省力、省心、省钱的“四省”原则，其上网、上街、上苏宁的全场景活动，值得广大消费者的作为生活购物的首选推荐。苏宁希望借以当今网络火爆、大众喜闻乐见的脱口秀段子形式，通过软植入的形式来传达品牌主的营销诉求。

- **营销目标**

- 在双11电商大促活动拉开序幕前夕，向消费者传达其拼购日、天天发现鲸、提前加购等一系列的电商营销活动，让广大消费者触达到省时、省力、省心、省钱的“四省”原则，其上网、上街、上苏宁的全场景活动，成为值得广大消费者作为生活购物的首选推荐。

- **策略与创意**

- 整个营销活动与当今热门脱口秀艺人合作，以大众喜闻乐见的脱口秀段子形式对品牌的诉求点进行结合，把品牌精神以软植入的形式隐藏在段子里，向大众传达品牌精神及营销活动，内容上具有较大传播效应。
- 在传播媒体上主要征地在互联网渠道的多媒体结合策略，电商客户的消费主要目标消费人群是当今的互联网网民，且脱口秀的形在网络平台收到广大网友的追崇。故项目创意内容的目标观众与品牌目标消费群体趋于一致，并且脱口秀艺人的个人购物形成的“槽点”很多都在一定程度上代表相当一部分消费群体的经历，能够引起大家的共鸣，进而变成笑点，将品牌的营销点巧妙结合，来走进观众的心智，形成较好的营销效果。

- **执行过程/媒体表现**

- 此次合作根据苏宁品牌8大植入点，结合各脱口秀艺人人物特征，以脱口秀的形式定制8期苏宁《笑购了没》节目，搞笑有趣的风格符合观众的观看喜好。

从10.28至11.04，连续8天，每天发布1条脱口秀视频，关联1条植入点。

			
			
史炎-11.01 省心：SUPER会员 正片时长：3' 59 " 花絮时长：0' 56 "	思文-11.02 省力：生活帮 正片时长：2' 40 " 花絮时长：0' 56 "	庞博-11.03 省钱：全场景贵就赔 正片时长：2' 18 " 花絮时长：0' 55 "	建国-11.04 苏宁霸王餐 正片时长：5' 23 " 花絮时长：1' 00 "

庞博-加购+爆款预售视频：<http://t.cn/Ai1EtNrq?m=4433183653655864&u=1986501907>

全场景贵就赔视频：<http://t.cn/AiBGxOJ7?m=4434633191857429&u=1986501907>

思文超级拼购日+苏宁砍价团：<http://t.cn/Ai1rrOPZ?m=4433546078820891&u=1677335501>

生活帮视频：<http://t.cn/AiBActvV?m=4434270816555389&u=1677335501>

			
王建国-10.28	史炎-10.29	庞博-10.30	思文-10.31
省时+全场景触点	天天发现鲸	加购+爆款预售	超级拼购日+苏宁砍价团
正片时长: 4' 50 "	正片时长: 6' 52 "	正片时长: 2' 39 "	正片时长: 4' 08 "
花絮时长: 1' 00 "	花絮时长: 0' 55 "	花絮时长: 0' 58 "	花絮时长: 0' 58 "

王建国-全场景触点视频: <http://t.cn/Ai19WTgx?m=4432458851921011&u=1302778544>

苏宁霸王餐视频: <http://t.cn/AiBMW519?m=4434995580161975&u=1302778544>

史炎-天天发现鲸视频: <http://t.cn/Ai1ldayD?m=4432821315443740&u=1452977132>

SUPER会员视频: <http://t.cn/AiBvSaxZ?m=4433908533751500&u=1452977132>

同时，艺人配合品牌方拍摄了主题海报，并通过艺人微博以及品牌官博进行传播，为品牌双十一的活动进行了充分的预热。



王建国-10.28
省时：全场景触点



史炎-10.29
天天发现鲸



庞博-10.30
加购+爆款预售



思文-10.31
超级拼购日+苏宁砍价团



史炎-11.01
省心：SUPER会员



思文-11.02
省力：生活帮



庞博-11.03
省钱：全场景贵就赔



建国-11.04
苏宁霸王餐



史炎-11.01
省心：SUPER会员



思文-11.02
省力：生活帮



庞博-11.03
省钱：全场景贵就赔



建国-11.04
苏宁霸王餐



王建国-10.28
省时：全场景触点



史炎-10.29
天天发现鲸



庞博-10.30
加购+爆款预售



思文-10.31
超级拼购日+苏宁砍价团

- **营销效果与市场反馈**
- 全网的主流媒体大曝光，专业媒体强劲加持，全网视频播放总量达2.7亿次，全网曝光量约6亿次，打造了#笑购了没# #哈哈哈哈哈# #马薇薇思文隔空辩论# 等话题进行传播引发较大关注。话题阅读量达到1.45亿，话题讨论量7.6万次。苏宁抖音增粉3.7万。在节目播出期间，为苏宁易购APP导流用户的平均停留时间提升518%。