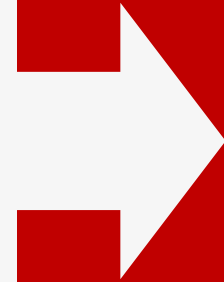


# 天鹅到家开启品牌焕新营销新玩法

- ◆ **品牌名称:** 天鹅到家
- ◆ **所属行业:** 家政服务
- ◆ **执行时间:** 2020.08.25-09.30
- ◆ **参选类别:** 整合营销类

**58到家**



**天鹅到家**

从“58到家”到“天鹅到家”

这不是一次简单的品牌升级

而是品牌从“美好”到“更美好”的蜕变升级

## 传播目标

将品牌印记  
钉进用户心智

扩大天鹅到家  
品牌覆盖圈层

巩固天鹅到家  
行业龙头地位

## 从58到家到天鹅到家，美好在升级

### TO劳动者

提升个人价值

劳动者从挣到钱  
到有尊严地挣钱  
劳动者的个人价值得以提升



### TO用户

享受美好家庭生活

劳动者以专业既能服务用户  
用户的生活需求得以实现  
享受更美好的生活



### TO政府

展现行业活力

以平台的价值  
为行业带来无限可能  
向社会展现行业活力及前景



### TO投资人

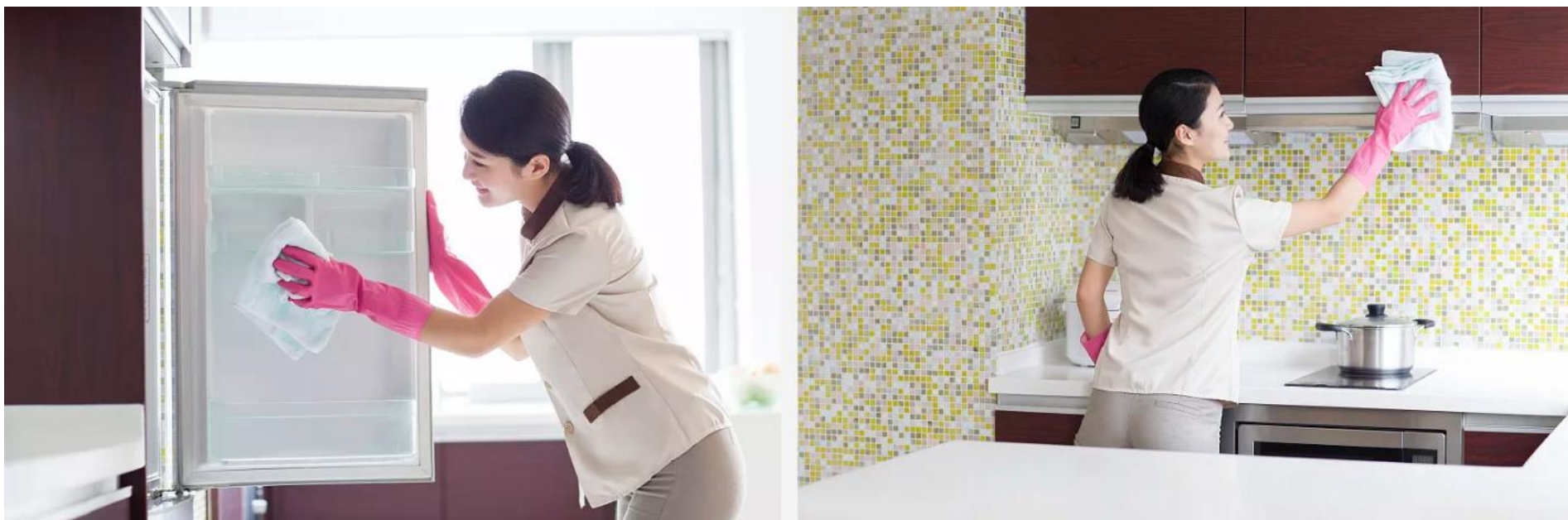
凸显平台领先价值

平台为劳动者赋能  
为用户创造更好的体验  
平台的价值得以呈现



## 新中产消费时代来临 催生家庭经济稳健增长

- 中国早已迎来新中产消费时代，根据相关数据显示，近十亿的城市人口中，有三分之一的中产阶级群体。与老一辈人不同，在消费观念维度，新中产阶级早已跨过了对产品服务最基础的使用需求和低价需求，他们愿意为生活质量买单，有意愿且有能力为高品质的升级需求承担一定的品牌溢价。如何挖掘并满足用户个性化的消费需求，就成了当下品牌营销的关键所在。



## 传播策略

### 全民化事件

策划全民参与的social事件  
最大程度传播品牌印记

01

### 热搜式话题

热搜体质的话题设计  
进一步提升讨论热度

02

### 矩阵型传播

双微一抖及各大网媒新闻客户端  
矩阵式覆盖传播，拔高传播声量

03

企业家名人站台

名人背书  
高度支撑

百家品牌联合

强大声势  
声量支撑

一亿现金券

福利诱惑  
群众支撑

用三个支撑点，传递品牌更名信息

打响天鹅到家品牌焕新战役

传播主题

# 天鹅到家，美好焕新

传播节奏

企业家联名视频  
9.8-9.11

百家品牌联合  
9.9-9.21

裂变式H5  
9.22-9.29

传播话题

#力挺天鹅到家C位出道#

#天选幸运鹅#

#大鹅优惠，笑出鹅叫#

创意内容

- 企业家、创投人送祝福，并对天选幸运鹅活动进行宣传
- 话题传播#力挺天鹅到家C位出道#

- 全网找天选幸运鹅
- 联合品牌转发助力
- 选出幸运鹅官微发出大奖
- 事件包装宣传，提升品牌声量

- 《笑出鹅叫》H5上线，用户在线领券
- 自媒体、互联网大咖朋友圈、媒体人朋友圈推广引流

传播阵地

微博、微信、网媒、客户端、抖音、快手等

传播目的

将品牌印记钉进用户脑海



## 代言人及媒介投放



天鹅到家品牌代言人：邓超



楼宇电视



电梯海报



社区门禁



地库灯箱

媒介投放形式：分众电梯、社区门禁、地库灯箱、户外公交亭、线上朋友圈、央视

附件：天鹅到家整合营销媒介汇总.mp4

## 重要物料呈现-品牌联合海报

附件：品牌联合海报合集TVC



# 重要物料呈现-企业家站台视频

附件：企业家站台视频TVC  
点击下方链接可查看



[https://mp.weixin.qq.com/s/bW9ZFqUPr77jS\\_XzgZXCJQ](https://mp.weixin.qq.com/s/bW9ZFqUPr77jS_XzgZXCJQ)

# 重要物料呈现-创意H5



扫码体验H5



H5截图

## 重要物料呈现-场景包梯

- 惊喜电梯，再现家庭服务场景

最近在微博和抖音上，天鹅到家打造的惊喜电梯成为新的关注点。猎奇的打卡党纷纷晒出照片——电梯门一打开，仿佛踏入温馨的家。如果运气好的话，还能看到戴着天鹅翅膀的阿姨，亲切地与你打招呼。



## 重要物料呈现-场景包梯

### • 惊喜电梯，再现家庭服务场景

天鹅到家选择社区电梯、商场购物中心等人群密集的生活场景，通过打造“萌到炸裂”的婴儿房、“一桌美味晚餐的蓝色餐厅”等创意包梯，打造“新晋网红打卡地”，同期线上通过“李大脑门”等抖音红人，融入场景的内容植入，引发公众广泛关注



## 传播话题

# #力挺天鹅到家C位出道#

—众企业家—改往日“精英印象”参与天鹅到家的 #盲盒挑战#  
并送上对天鹅到家的祝福，引发网友强烈关注

# 媒体传播数据概览

## 视频平台 ↓

9月8日

抖音快手4个帐号发布

视频总播放量

**141**万

总互动量达**22640**

## 微博传播 ↓

9月8日

微博15个帐号发布

话题阅读量达

**3.7**亿

微博阅读量达**1551万**

总互动量达**27894**

## PR传播 ↓

9月9日-11日

1篇通稿4篇自媒体稿件

客户端媒体总阅读量达

**28**万

发布**18家**媒体包含**10家**客户端

覆盖人数达**千万**



## 传播话题

# #天选幸运鹅#

天鹅到家联合近四十家品牌发起#天选幸运鹅#抽奖活动  
品牌焕新之际送给消费者的福利，拉近C端距离

# 媒体传播数据概览

## 微博传播 ↓

40家蓝V相继发布联合海报转发活动官微

14个营销号发布

话题阅读量达

1.1亿

话题讨论量达15.7万

总阅读量达2033W; 总互动量达36600

## PR传播 ↓

2篇通稿发布, 2个微信公众号发布

客户端媒体总阅读量达

27.3万

发布18家媒体包含10家客户端覆盖人数达千万

## 传播话题

**#大鹅优惠，笑出鹅叫#**

创意悬念短片引导H5#笑出鹅叫#福利活动

# 媒体传播数据概览

## H5传播数据

设备: 全部 计算机 移动设备 访客: 全部 新访客 老访客

来源类型	来源网站				
浏览量(PV) ?	访客数(UV) ?	IP数 ?	跳出率 ?	平均访问时长 ?	
162,369	58,924	39,914	70.61%	00:02:18	

PV **16万**

UV **58924**



**9月7日开始，天鹅到家百度指数迅速上涨  
整个项目期间出现两次小高峰**

# 全网曝光量破5亿

29个  
企业大佬站台

42家  
联合品牌

微博总阅读量  
3584W+  
互动量  
64494+

微博  
话题阅读量  
4.8亿+

网媒曝光量  
1000W+