

“约上味可滋，一起赴花见” 味可滋樱花季跨界营销

- ◆ **品牌名称：**伊利味可滋
- ◆ **所属行业：**乳制品
- ◆ **执行时间：**2020.03.04-04.10
- ◆ **参选类别：**跨界营销类

- **品牌营销的背景和初衷**

- 今年疫情期间，宅在家里是一个普遍的现象，但是我们也敏锐地嗅到了消费者对于奶茶的极度需求：“续命奶茶”、“囤货奶茶”、在家就要喝奶茶的呼声越来越高，这也与味可滋奶茶品类：冷萃奶茶的饮用场景不谋而合。因此，借势疫情逐渐好转的樱花季，味可滋希望掌握这一时机，让味可滋冷萃奶茶成为消费者的奶茶首选。

- **最终想要实现怎样的目标**

- 在以小红书为主的各平台种草味可滋冷萃奶茶，提高品牌声量，增加产品销量

- **面临的挑战和困境**

- 从品牌层面看，味可滋的冷萃奶茶作为新品，急需提升产品知名度与区隔度；从执行上来看，项目执行期较短，并且疫情期间各项执行工作推进难度较大。

- **对目标人群的洞察**

- 味可滋品牌TA的消费模式有着极大的兴趣导向，奶茶、美妆、盲盒等位于整体TA圈层的兴趣上位区；每年3-4月“樱花”相关内容呈爆发趋势，在今年疫情情况下，大家期待足不出户也可以欣赏最美的樱花，“云赏樱”应运而生。

- **核心策略**

- 结合小红书及抖音资源，通过跨界美妆品牌推出味可滋樱花盲盒，引发消费者关注，借味可滋盲盒种草味可滋冷萃奶茶，并引流电商与线下新零售渠道，完成销售转化。

- **案例的最大亮点**

跨界6大美妆品牌，推出味可滋樱花盲盒；横跨小红书、抖音、双微，根据各平台调性**推出千人千面的樱花季营销内容**；**连续5天在5大赏樱圣地通过抖音直播带领用户云赏樱**，场景化种草味可滋樱花盲盒。

- **Step 1: 跨界6大美妆品牌, 结合各品牌的“樱花系”产品, 推出味可滋樱花盲盒**

结合TA人群的“盲盒控”属性, 以及樱花季热度, 推出味可滋樱花盲盒, 并与各美妆品牌合作, 在盲盒内随机放置樱花系产品, 吸引用户种草开箱。



味可滋限量版樱花盲盒



六大跨界品牌及盲盒产品

- **Step 2: 官宣上线, 创意定格动画视频全网刷屏** 视频链接: <http://t.cn/A6zJwEGe>
- ✓ 双微一抖+小红书各大平台共同推出创意定格动画视频, 曝光量: 4000w+, 互动量达10.23w

抖音



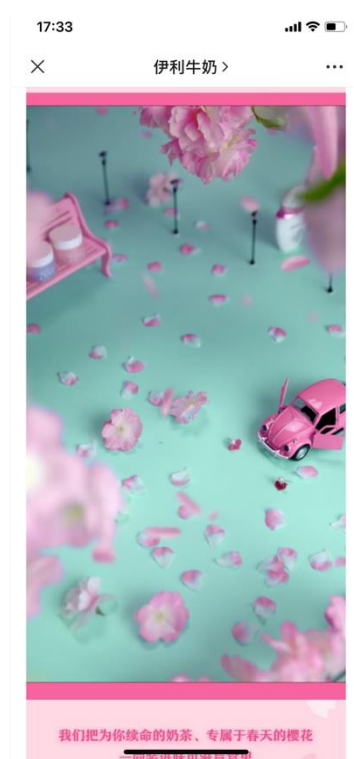
小红书



微博

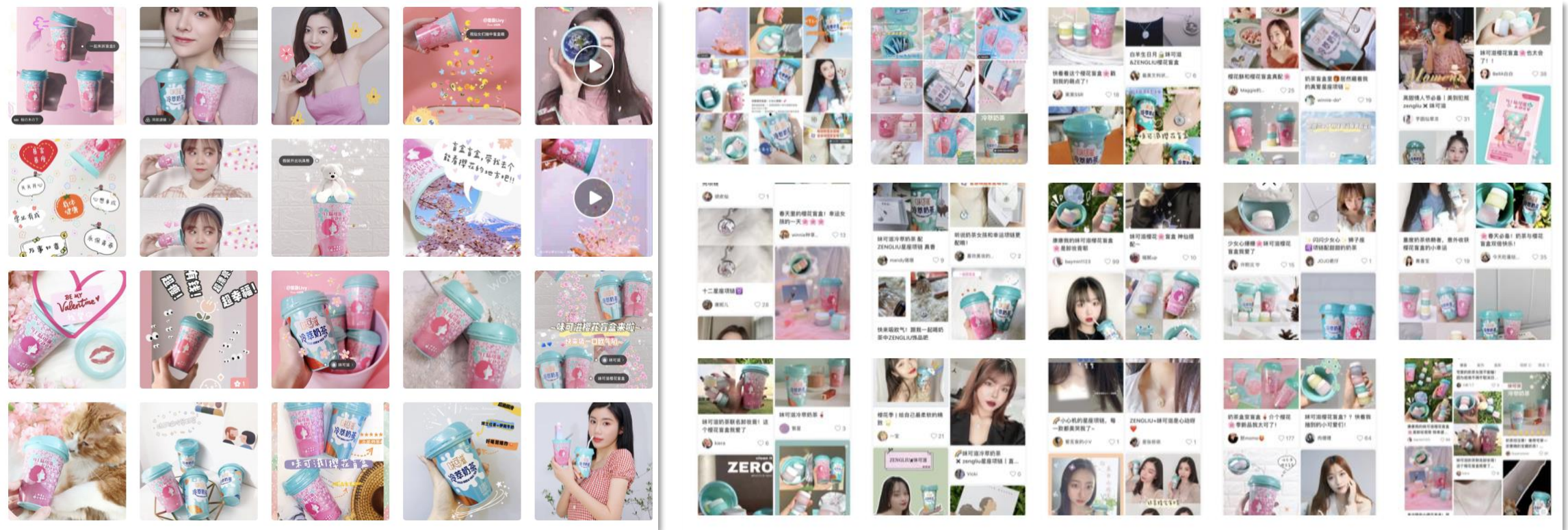


微信



• Step 2: 小红书刷屏式种草, 奶茶变盲盒, 这个新品太可了!

深度占位平台, 超美视觉强势吸睛; #味可滋樱花盲盒 话题引爆平台



• **Step 3: 联合抖音5天5地连续直播“云赏樱”，为武汉加油！**

南京玄武湖、广州宝墨园、杭州太子湾公园、上海辰山植物园、重庆樱花橘乡，5大赏樱圣地直播带领用户“云赏樱”，场景化种草味可滋冷萃奶茶与樱花盲盒。

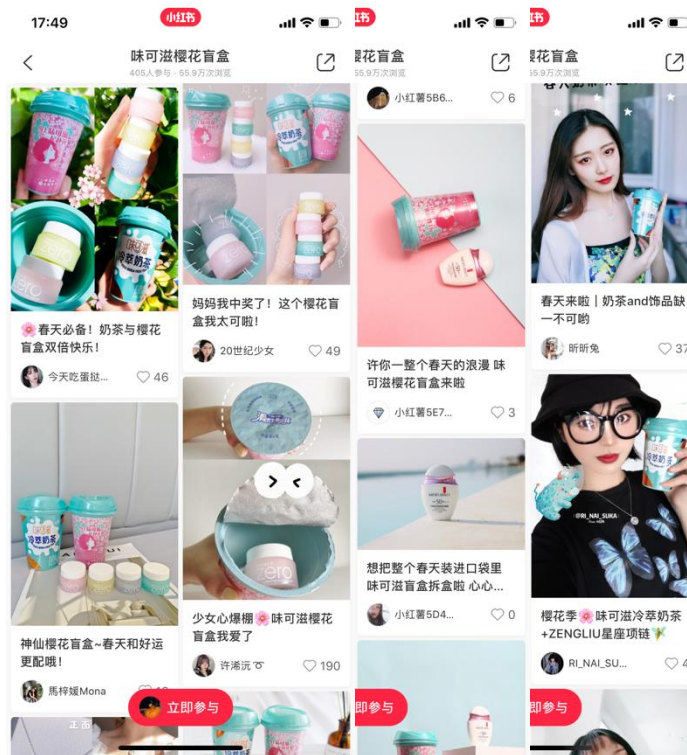


Step 4: 6大品牌官方、外围齐发声, 提高项目整体声量

线上·6大品牌官方齐发声



线上·KOL&KOC多重曝光

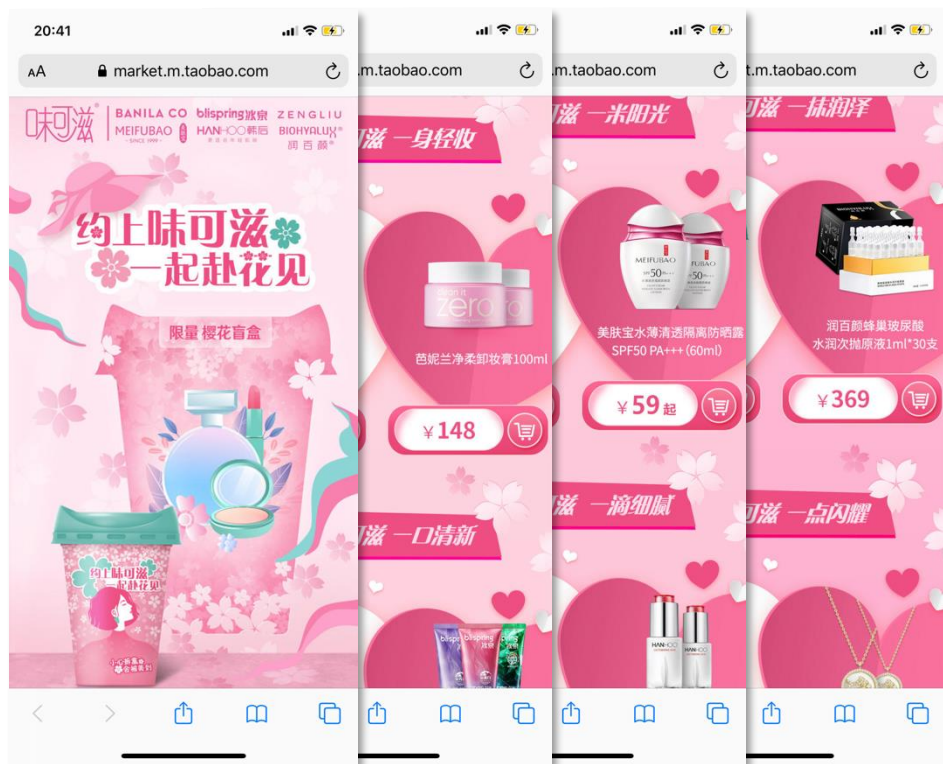


线下·商超销售场景联合露出



• Step 5: 跨界到底, 电商平台品牌聚合页、便利店新零售开辟渠道, 线上线下联合实现销售转化

- ✓ 借鉴网红爆品销售模式, 在抖音和小红书站内站内完成味可滋品牌上架开店, 实现社交平台站内销售闭环;
- ✓ 电商内建立合作品牌聚合页, 完成联合流量的销售转化, 共同助力生意增长
- ✓ 线下便利店借势开辟新零售模式, 扩展奶茶新品类销售渠道



• **Step 6: 6大其他品类蓝V互撩飞机稿, 实现跨圈层盲盒种草**

联合晨光文具、苏宁、猫王收音机、小熊电器、春雨面膜、OohDear等知名品牌, 在微博平台发起互撩飞机稿, 免费获得超5w人次曝光量。



• 味可滋樱花季跨界营销 媒介传播矩阵



- ✓ 图文笔记&视频信息流
- ✓ 火焰话题&商业话题页
- ✓ 种草类KOL
- ✓ 味可滋&合作品牌官方号



- ✓ 动态开屏&信息流
- ✓ 品牌专属商业话题
- ✓ 味可滋&合作品牌官方号



- ✓ 味可滋官方账号
- ✓ 合作品牌官方账号
- ✓ 互撩品牌官方账号



- ✓ 伊利牛奶官方微信
- ✓ 罗森便利店微信矩阵
- ✓ 合作品牌官方微信

• **总览：项目总曝光量5000w+人次，全网互动量38.4w+**

四大平台共同推广，12大品牌助力，实现品牌曝光量最大化。



5000w+人次
项目总曝光量



38.4w+人次
全网互动量



5515.49%
微指数环比增长



865.48
CPM



100万
免费广告价值

备注：

项目总曝光量=微博+微信+抖音+小红书整体曝光量（不含媒介硬广曝光量）

微指数环比增长：来自微博指数

免费广告价值=品牌联合活动广告价值+互撩品牌联合活动广告价值



味可滋[®]

限量 樱花盲盒

约上味可滋
一起赴花见

