

《春心萌动 享恋爱乐事》H5 创意营销案例

广告主：乐事

所属行业：食品类

执行时间：2018.03.01-04.01

参选类别：移动营销-互动类

营销背景

随着春季限定薯片全网首发上线，乐事也推出了与潮流服饰品牌 PUMA 共同打造的乐事 X PUMA 跨界合作限量礼盒。

营销目标

希望通过平台上市活动，拉近与年轻消费者的距离，激发用户兴趣积极参与互动，打造具有社交传播话题的互动机制，从而完成品牌与消费者的深度对话，最终为乐事新品上线转化可观销量。

策略与创意

通过乐事 X 天猫欢聚日 campaign 的主题“春心萌动 享恋爱乐事”的创意 idea，三步策略联动，借鉴当下最 IN 最少女心的爆款游戏《恋与制作人》，沉浸式互动体验满足消费者少女心，打造乐事恋爱季专属互动 H5。

第一步 品牌&活动洞察

结合春日氛围与即将到来的情人节，打造属于时下年轻人的专属乐事恋爱季。



第二步 互动体验

以第一人称的主角视角展开游戏，利用“对话+换装”的互动方式，与拟人化的乐事产品展开在线虚拟春日恋爱，情节中巧妙植入新品薯片及乐事 xPUMA 联动礼盒！原创 CG 原创配音，满满恋爱氛围，紧紧抓住年轻消费者的“少女心”。





第三步 销售转化

携手 90 后新锐设计师陈安琪定制跨界商品-天猫独家春季限量潮流礼盒吸引年轻消费者的注意，打造恋爱季必备独家爆款礼盒，通过抽奖赠送限量奖品及大额优惠券导流活动页进行销售转化！

打造恋爱季必备 天猫独家爆款单品礼盒

乐事 X P U M A

携手 90 后新锐设计师陈安琪
跨界合作定制商品
天猫独家春季限量潮流礼盒

- 不同选择，不同感觉
- 设有不同价位的礼盒：
- ① R级礼盒内含：单肩帆布袋
- ② SR级礼盒内含：袜子、头巾、零钱包
- ③ SSR级礼盒内含：袜子、头巾、T恤、牛仔裙、单肩帆布袋、零钱包




执行过程/媒体表现

聚焦于当下最热门的微信、微博等社交媒体平台，除了乐事、彪马官微微博外，利用代言人杨洋的号召力和一只鸡腿子等坐拥百万粉丝的大 V 共同传播，引发全网热议，掀起一波玩趣风潮。

微信互动：满足少女心，打造乐事恋爱季专属游戏



借势恋与制作人 打造乐事恋爱季



H5-活动机制



进入游戏

- 观看游戏故事
- 输入角色姓名



1

游戏过程

- 根据选择不同的男友角色，进行不同的剧情体验



2

游戏机制

- 通过选择题目答案，增加心仪男神好感度
- 有机会参与抽奖，赢得春心萌动乐事好礼



3

领取奖励

- 有机会参与抽奖，赢取乐事×PUMA春季限定潮流礼盒、线下活动入场券、线下甜品屋优惠券、新口味薯片大礼包等
- 预告3月xx日天猫欢聚日乐事活动，分享至朋友圈即可获得淘口令，复制淘口令至手淘即可获得乐事聚划算优惠券

4



活动亮点

乐事×天猫
欢聚日

聚
群体

聚焦**年轻人群**
抢夺新主流消费人群

精准切入当下**时尚文化**
产品卖点深度结合
创造可复制的生意模式

聚
文化

聚
场景

让天猫在游戏场景中占据**用户心智**
#恋爱就要上天猫#

营销效果与市场反馈

浏览量 (PV): 256740 ; 独立访问量 (UV): 160490 ; 访问次数 : 224690。