

安佳新西兰走丢了

广告主：安佳 Anchor

所属行业：快消品

执行时间：2018.06.25-07.12

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

2018 年中旬 social 上爆出“地图上找不到新西兰”的热点“梗”，国外媒体纷纷借势转发并传播，呼吁“让新西兰重回地图”。

而安佳正处于产品换包装的时期，恰好借此机遇，借势热点话题，通过 Social 趣味玩法扩大传播，加深安佳品牌与新西兰的品牌印象，从而提升品牌好感度。

营销目标

基于加深“安佳来自纯净新西兰，品质值得信赖”的品牌印象，从而提升品牌好感度的营销目标。



策略与创意

H5 创意亮点：百度 AR 或微信扫码新包装进入寻找新西兰的“任意门”，

360°全景图体验新西兰实景探索。

H5 大胆尝试创新形式及展现方式。AR 技术结合实景给予用户沉浸式体验；利用交互式全景形式打造 H5，将故事与游戏交互完美结合；



H5 最后可点击彩蛋生成趣味标签，增强社交分享趣味性

点击彩蛋生成趣味标签，增强社交分享趣味性

加入彩蛋，点击跳出对话框：恭喜你！成为第x个找到新西兰的人！并给用户一个Social好玩的称号，引导分享。



“全能型喝奶发烧友”

“首席奶牛情绪安抚师”

“奶牛德智体美劳教育部部长”

“头号牧场保养技师”

“00后奶萌练习生”

“CMO首席喝奶官”

“奶牛正能量idol”

“宇宙C位奶萌教主”

“牧场颜值担当”

恭喜
你是第100个找到纯净之地新西兰的人！

特此任命你
“CMO首席喝奶官”

奶牛们都为你鼓掌！

原创漫画 KOL 的趣味传播、操作感极强的抖音小视频与用户建立连接，来传递整个营销活动，最大化传播效果。

执行过程/媒体表现

在 Social 传播层面，选择符合消费群体的高精准化投放渠道，通过约创目标群体喜爱的 KOL 喜闻乐见的创意形式沟通活动内容来传递整个营销活动，最大化传播效果：

-约创微博原创漫画 KOL@设计系奶子、微博漫画自媒体胡渣少女定制趣味条漫；



-约创抖音达人@王赞 Zzzz 拍摄操作感极强的抖音小视频与用户建立连接，微博+抖音平台同时发布，通过微博头部大 V@英国报姐扩散，高效引流 H5 AR 互动。



高精准化的定向投放，快速聚焦目标群体，在预热期短短时间内，实现高曝光量的效果，有效强化品牌形象。

营销效果与市场反馈

微博、微信、抖音平台曝光量：1 亿+

微博话题页阅读量：1936 万+

实现高曝光量的效果，有效强化品牌形象