

雪碧初夏轻体领「纤」战

广告主：可口可乐

所属行业：食品饮料

执行时间：2018.05.03-05.31

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

当今消费者越来越关注自身健康，其中饮食健康更是其中最重要的部分之一。传统的碳酸饮料已经不像以前那样广受欢迎。轻盈、健康，不给身体造成额外负担的饮料越来越受到人们的青睐。

面对这种市场需求，生产企业也与时俱进，推出各种零含糖、零脂肪、零热量、零碳水化合物等健康型的碳酸饮料。

可口可乐中国旗下的雪碧品牌就推出了新品雪碧纤维+，主打健康牌，不仅“零卡路里”，而且还添加了“膳食纤维”，让人们在享受零卡零负担的同时，还能添加成人日需 30% 的膳食纤维。

如何在即将到来的夏日，将雪碧纤维+“美味酷爽”、“健康轻盈”的产品特性有效传递给客户，并在其内心建立此产品为健康饮品的深度认知成为本次推广最大的挑战。

营销目标

教育用户了解“膳食纤维”相关知识，进而对新产品雪碧纤维+产生兴趣；

吸引用户参与互动，在运动中理解产品传递的轻体美味理念；

增强用户对于产品的好感度。

策略与创意

通过分析此次活动中目标人群的各类属性、无线应用习惯与偏好，加上客户此次需求的调性，我们选择了最为契合的合作伙伴：运动社交平台- Keep。Keep 自身的运动及社交属性，其用户健身后对于身体水分补充的广泛需求，加上 Keep 用户与雪碧纤维+的目标用户的高度重合，是宣传推广雪碧纤维+ 倡导美味、健康、无负担的产品特性，深化用户感知的最佳平台。

通过数据调研发现，目标用户在初夏的主要诉求为运动减脂、保持轻体，而水分的补充与酷爽的口感则是这类人群运动后的追求。

因此我们从“酷爽”与“轻体”这两大目标用户的主诉求来切入，整个推广围绕“初夏轻体领

纤战”的主题，通过定制减脂食谱，突出健康酷爽口感；通过运动 KOL 推荐，增强用户好感度，打造运动饮品“网红”；而赛制简单的线上减脂挑战赛吸引用户参与，在运动中感受产品助力实现轻体目标；精编文章背书，为用户建立“膳食纤维”深度认知引发购买欲；全站优质硬广位引流，全方位向用户展示产品特性。

本次推广充分结合 Keep 站内资源，将雪碧纤维+打造成夏季运动清脂健身场景下的必备饮品，与运动场景成为 CP。

执行过程/媒体表现

本次推广充分结合 Keep 站内资源，从多个方面进行展开，希望可以从多个角度来传达雪碧纤维+的产品特性，在特定场景中加深用户印象，提升感知。

1. 初夏轻体领“纤”战：结合轻体概念，设置消耗卡路里挑战赛，用户参与一项或多项挑战，完成一定量的卡路里消耗即可获得相应奖励并获得专属品牌定制勋章。
2. 定制专属食谱：结合初夏减脂健身人群的需求喜好，专业营养师为雪碧纤维+打造减脂轻体食谱，以图文形式展现，简单操作即可享受健康美味且无负担。
3. 精编文章：编辑试饮雪碧纤维+，从包装到口感进行评测，同时针对其加入的纤维，表达对身体无负担、提升肠道功能，满足日常健康的需要进行详细阐述，吸引运动人群关注，为产品背书。
4. 运动 KOL 推荐：5 位极具代表性的 KOL 试饮雪碧纤维+，并拍摄图片或小视频，发布一条带有#领纤轻爽#的动态，与粉丝分享其酷爽的口感和时尚的包装，介绍其零卡路里、健康的卖点，并在运动场景下进行饮用拍摄，吸引粉丝关注，引发好感，打造轻体网红饮料。
5. 全站优质硬广位引流：通过开机大图、发现页焦点图、热门活动 Banner 等大流量入口进行活动与内容推广，让站内用户人尽皆知。

营销效果与市场反馈

本次活动为期 29 天，共获得 48,290,000+曝光；600,000+点击；25,000+人参与了挑战赛；超过 12,000 人获得专属品牌定制勋章；精编文章阅读量超过 80,000；150,733 人次阅读了定制食谱；5 位运动 KOL 发布的 5 条动态总共收获了 2157 个赞与 300+条评论。（线上数据由秒针系统提供全程第三方监测。）

客户评价：针对雪碧纤维+新品上市建立认知的推广需求，本次活动充分利用 Keep 站内的优势互动与教育资源，较好的完成了活动目标，获得了大流量的曝光与用户的互动参与。

合作媒体评价：本次活动充分利用 Keep 站内的优势互动，在多个运动场景中结合用户切身需求，适时曝光产品，建立用户对于产品的深度认知，提升用户的互动参与热情，获得良好效果。

背景与挑战

如何在即将到来的夏日，将雪碧纤维+“美味酷爽”、“健康轻盈”的产品特性有效传递给客户，并在其内心建立此产品为健康饮品的深度认知成为本次推广最大的挑战。

创意与策略

本次推广充分结合Keep站内资源，围绕“初夏轻体领「纤」战”主题，通过文章、食谱、线上挑战赛和KOL推荐背书，在多个运动场景中展示雪碧纤维+打造成夏季运动清脂健身场景下的必备饮品。

投放效果

48,290,000+曝光；
600,000+点击；
25,000+人参与挑战赛；
12,000人获得专属品牌定制勋章；
超过80,000精编文章阅读量；150,733人次阅读了定制食谱；
5位运动KOL发布的5条动态总共收获了2157个赞与300+条评论。



雪碧纤维+ X Keep初夏轻体领「纤」战

本次活动充分利用Keep站内的优势互动，在多个运动场景中结合用户切身需求，适时曝光产品，建立用户对于产品的深度认知，提升用户的互动参与热情，获得良好效果。