

金龙鱼1:1:1舞出好比例

广告主: 金龙鱼

所属行业: 快消

执行时间: 2018.09.15-09.22

参选类别: 移动营销类-互动类

营销背景

2018 年金龙鱼致力打造品牌年轻化, 借势舞蹈元年自建品牌“广场舞”IP 对话年轻消费者, 带出“柴米油盐中依然美丽动人的”国民新妈形象, 在“年轻妈妈”人群中树立良好口碑, 完成品牌年轻化塑造。

美图充分发挥其独有的平台优势, 在美颜相机、美图秀秀和美拍三大核心矩阵中广泛覆盖年轻女性用户 TA, 精准渗透品牌潜在消费主力人群。除了人群优势之外, 美图矩阵还紧紧围绕金龙鱼“1:1:1 健康好比例”的主题 slogan, 将美拍、美颜相机和美图秀秀的核心玩法与品牌进行深度绑定, 为金龙鱼量身定制了一道席卷亿级年轻女性用户的“好比例盛宴”。

挑战: 现在的年轻女性人群正是将来主掌柴米油盐的金龙鱼消费主力军。如何打造品牌年轻化, 实现品牌在年轻女性人群中的精准种草是本次推广所面临的挑战。

营销目标

精准触达年轻女性用户人群实现品牌深度种草, 打造品牌年轻化

策略与创意

美图秀秀+美颜相机+美拍三大核心APP, 玩转好比例

1、玩法丰富: 修图、拍照、尬舞, 美图矩阵三大核心玩法玩转好比例

2、矩阵覆盖: 美图矩阵三大核心 APP, 全面覆盖目标年轻女性用户

亮点:

以美拍为主舞台, 发起《1:1:1 舞出好比例》话题挑战赛, 结合品牌定制 AR 与达人站台, 在有趣好玩的互动环境中为品牌产生大量优质 PGC 和 UGC 内容, 帮助品牌深度触达目标人群。

同时美颜相机通过帮品牌定制主题 AR “一天好比例”, 通过有趣好玩的 AR 互动向目标人群传达品牌主张。美图秀秀配合美拍与美颜相机的 AR 场景, 为品牌定制 4 大海报边框, 并附带二维码引流

美拍话题挑战赛，实现社交裂变。

执行过程/媒体表现

美拍——舞蹈话题挑战赛《1:1:1 舞出好比例》

9月16号-9月22号，美拍利用其独有玩法为金龙鱼持续扩散《1:1:1 舞出好比例》广场舞热度。深度定制的品牌舞台 AR 特效，用耀眼的聚光灯灯、炫酷的歌词滚动特效，万众瞩目的主题背景板，将品牌元素体现的淋漓尽致。

美拍通过通过定制 AR，使用的分屏跟跳模式大大降低了参与门槛；多人齐舞则可以直接通过绑定的神曲配乐参与互动。灵活的参与方式和炫酷的 AR 特效引发了千万级用户的观看和参与，其中 80% 以上的参与者为年轻女性，成功帮助品牌精准对话目标人群。



美颜相机——定制 AR 《一天好比例》

美颜相机赋予用户外表的黄金比例，让他们看上去更美；而金龙鱼黄金比例调和油则赋予消费者脂肪酸的均衡比例，使他们更健康。深度洞察“好比例”这一共同点，美颜相机携手金龙鱼，推出了《一天好比例》场景定制 AR，用户只需伸出手指比“1”，即可触发场景切换，扮演从早到晚的三种女性形象（普通女生、职业女性、家庭主妇），配合不同的品牌主题出现（生活好比例、事业好比例、健康好比例），同时每个 AR 场景都附带专属二维码，扫描即可直接参与美拍舞蹈挑战，形成营销闭环。



美图秀秀——品牌专属系列海报

美图秀秀定制 4 款海报边框完成进一步延伸，通过硬广导流、常规路径和素材中心专区全方位覆盖用户使用路径，让更多的用户对话品牌，4 大好比例深入海量年轻女性用户的心。



营销效果与市场反馈

本次与金龙鱼的合作，美图通过其独有的平台优势，从技术、人群、玩法等多个方面帮助品牌全面触达目标人群，通过多种形式的场景式互动为品牌产生大量深度关联的优质 UGC 内容。

金龙鱼 1:1:1 舞出好比例活动数据：美图三大核心矩阵帮助品牌实现总曝光约 3.1 亿，其中美拍话题挑战赛视频播放量达 6500w，位居同行业话题挑战赛第一；同时美颜相机 AR 与美图秀秀边框传播次数分别为 1.3 亿次和 1.07 亿次，同样位列同行业第一。