

# 美的生活家电双 11 数字媒体整合营销

广告主：美的

所属行业：小家电

执行时间：2019.10.20-11.11

参选类别：数字媒体整合类

## 营销背景

中国居民消费呈现以追求价值、重视审美、消费欲求、彰显个性为特征的消费升级，厨房场景成为消费升级的重要空间，料理小家电成为厨房中的品质升级之选，美的品牌拉力较强，致使各类目产品都有高的 ROI 及转化率，因此在双 11 期间传播任务的重点是品牌触达、深度沟通与精准流量引入。为了抓住双十一小家电的巨大市场，为美的量身打造了一场整合营销。

## 营销目标

在双 11 期间传播任务的重点是品牌触达、深度沟通与精准流量引入。

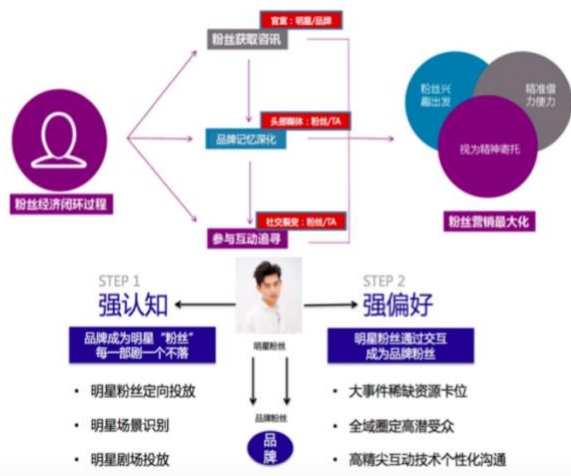
## 策略与创意

策略 1：以明星代言为核心，品效协同策略。双 11 品效协同媒介策略，头部优质媒体。

品牌线——放大李现的代言效应，社交裂变；

转化线——以精准流量为手段收割人群。

策略 2：明星 IP 营销



策略 3：媒体选择及预算划分策略推导

## 头部媒体、优质点位



### ■ 高浓度

以品牌、主要竞品、行业、高TGI人群为主。

### ■ 多触点

站外打声量、站内保转化  
硬广保广度、内容打深度

### ■ 保证量

优化产品结构，竞价与定量方式同步  
同等资源预算情况下，保证精准流量引入到店

### ■ 提转化

站内资源以保护品牌人群+转化为主  
站外精准拉新+转化

### 策略 4：用户运营—精准化拓量

以“人群”作为沟通的基础，以“媒介”作为触达的手段，洞察“消费者行为”获得更多的曝光机会，利用“运营”将价值最大化。



### 策略 5：内容、流量、全链路营销

联合站内外全域玩法，通过品牌强曝光，构建“种养割”全链路营销。



品效合一

## 执行过程/媒体表现

### 七大亮点：

#### 1、通过原生评论的，贯穿 2 个微博热搜

在美的自身热搜#地铁偶遇李现#刷屏微博的同时，李现为庆祝粉丝突破 2000 万，发布了#李现被鱼亲吻#的福利微博而登上微博热搜。

与此同时，美的投放了原生评论，使得广告同时出现在两个微博热搜的每一篇博文中，扩大了传播影响力。



#### 2、以热点为基础，广告从此不生硬

结合#地铁偶遇李现#的微博热搜，配上相关视频花絮的同时，将活动信息植入其中，使得美的广告不再生硬的呈现，整体达到了品牌与营销兼顾的有机结合，最终整体素材互动率高达 25%。



### 3、新广告形式 Topview，效果爆表

开机 3 秒无任何遮挡文字且不能主动划走，3 秒后呈现品牌广告内容信息。此新广告形式，获得了 10.89% 的高点击率，效果爆表。



### 4、在信息流广告中，增加磁贴形式，效果倍增

根据抖音官方数据，信息流广告的平均点击率在 0.5% 左右。而此次美的信息流投放平均点击率为 1.41%，最高的素材高达 3.49%。远高于抖音官方行业均值。



5、同一素材，不同展示，效果提升

根据品牌 TVC，延伸制作加促销封底的横版视频，既解决了 Topview 与信息流的冲突，又将点击率从 1.14%提升至 1.24%。



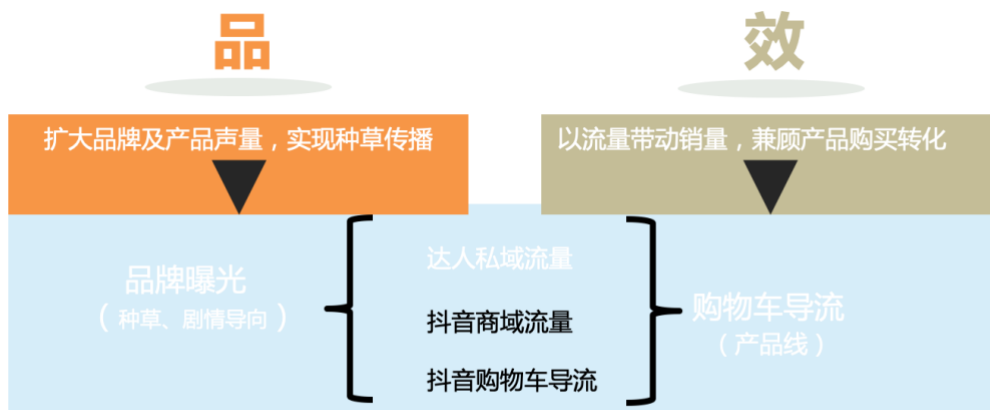
6、特殊申请，多店铺，多产品，多素材！

根据抖音信息流素材规范，同一时间仅可上线一支素材。但此次投放经过特殊申请，我们实现了多店铺、多产品、多素材的同时上线，整体扩大了品牌的影响力。



### 7、品宣类与产品类双管齐下。

根据达人自身的特点，量身制作与美的品牌及产品相匹配的视频素材，实现品效合一的同时，也产生很好的引流效果。



## 从品效合一到强转化需求

### 执行过程：

- 1、独具慧眼——挑选李现为代言人



## 2、多维渗透——多维度搭档“现男友”



美的与李现咖位对等，双11期间为强强联合

通过口碑渗透、引爆热点、加强曝光与推荐，最终实现电商的站内收割



## 3、注重细节——以媒体特性对素材量体裁衣



#### 4、快速响应——实时评估做快速优化

本次执行过程中，部分资源在非常紧迫的时间里，做到了最优解。快速响应，是一切广告执行的重要保障。



### 营销效果与市场反馈

#### 什么值得买



什么值得买在天猫平台总曝光超预期 180%，总点击量超预期 120%。

什么值得买在京东平台总曝光超预期 120%，总点击量超预期 150%。

所有点位中，开屏、焦点图、信息流点位点击率高于平均值。

#### 微博

热点视窗曝光完成率 160%；

品牌速递曝光完成率 100%；互动率高达 25.64%；

原生评论按天采买，覆盖全天李现关键词，并贯穿当天李现 2 大热搜。



抖音

抖音硬广素材



Topview



开屏Loading

信息流

抖音达人数据

10 位达人，总计视频播放量 1530 万次，点赞量 60 万+，购物车点击次数 12.6 万次；

其中办公室小野点赞量达到 32 万次，幻想家 japaul 点赞量 10 万次，阿 nic 的每一餐点赞量 8.6

万次。

#### 抖+投放数据

推荐首页—信息流—内容服务—内容种草—优选点击(胡子一人食)—定制人群—抖音兴趣分类人群，曝光量完成率 112%。

推荐首页—信息流—内容服务—内容种草—优选点击(办公室小野)曝光量完成率 109%。

推荐首页—信息流—内容服务—内容种草—优选点击(阿 nic 的每一餐)曝光量完成率 107%。