**伊利QQ星“童心协力 共建和谐大自然”**

**广 告 主：**伊利QQ星

**所属行业：**乳制品

**执行时间：**2020.04.06-05.06

**参选类别：**公益营销类

**营销背景**

作为主打低龄儿童市场的乳制品饮料产品，伊利QQ星一直专注“儿童成长”这一话题，2020突如其来的疫情，给我们的带来了挑战。

**营销目标**

这一次要激发小朋友们的奇思妙想，帮助野生动物一起成长，同时，给在疫情隔离中的小朋友提供更多的与动物亲近的机会，从而帮助QQ星完成销售提升。

**策略与创意**

**视频：**<https://v.163.com/static/3/VKHP4OT7K.html>

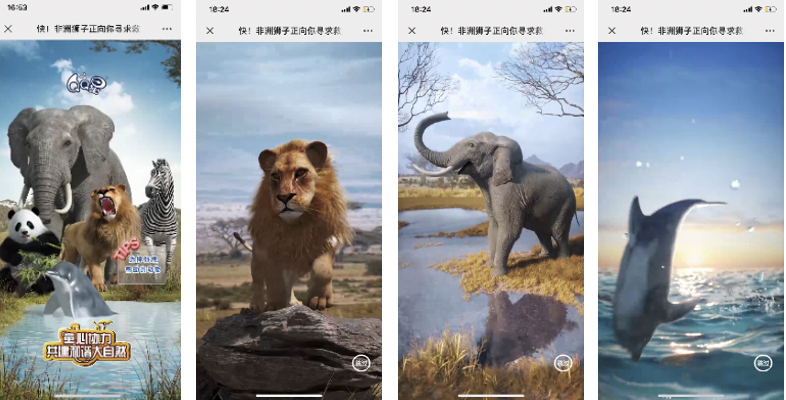
决定让QQ星成为内容的载体，让内容为产品赋能，给消费者提供“大自然“的体验。

****

**执行过程/媒体表现**

首先，我们用3D技术制作了5种野生动物的真实生活场景，小朋友可以在了解它们面临的生存问题后，动手解决它们的困难。

完成所有互动后，小朋友将会成为有编码认证的“保护野生动物倡议人”在社交媒体分享。



第二步，我们决定让玩法升级。



让QQ星成为内容的一部分。扫描瓶身上的动物，得到对应的动物AR形象，小朋友可以和野生动物亲密接触，我们还为整箱购买的消费者，打造了专属的互动体验，将包装外箱平铺打开，搭配奶瓶就可以获得一幅真实的野生动物AR全景图，让内容成为购买QQ星的又一个理由。

****

**营销效果与市场反馈**

最终，**2,098,672**人次的互动，诞生了**533,865**位“保护野生动物倡议人” AR吸引了消费者**277,321**次互动拍照，帮助QQ星提升了超过**14万**次的下单。