**梦龙京东超级品牌日**

**广 告 主**：梦龙

**所属行业**：冰淇淋

**执行时间**：2022.05.14-05.17

**参选类别**：电商营销类

**营销背景**

梦龙在京东和路雪销量占比最高，其中，经典线产品增长强劲，经典永不过时，经典的巴旦木口味也是梦龙全球最热卖的口味。在2022年，消费者更关注冰淇淋产品原料的背景下，梦龙以全新升级配方的冰淇淋直面市场挑战，使得更好的梦龙经典系列产品在市场走广走深。

**营销目标**

1. 做销量：提升梦龙整体销量，借力新品拉取更多品类新客，创建品类超品活动标杆
2. 做品牌：树立梦龙品牌专业形象，传达“尽享欢愉”的品牌理念，
3. 宣新品：全线冰淇淋配料表同步升级

**策略与创意**

1. 超强新品：梦龙巴旦木坚果冰淇淋 【大众情“仁” 全新上市】梦龙【全球最热卖】
2. 顶流资源：央视网强势站台，国民主持人张韬造访梦龙灯塔工厂，探索欢愉源头，看一支完美梦龙如何诞生

**执行过程/媒体表现**

1. 站外亿级大曝光引流站内，央视网多频道直播带领云打卡梦龙欢愉梦工厂，为超品强势蓄水。



 图形用户界面, 应用程序

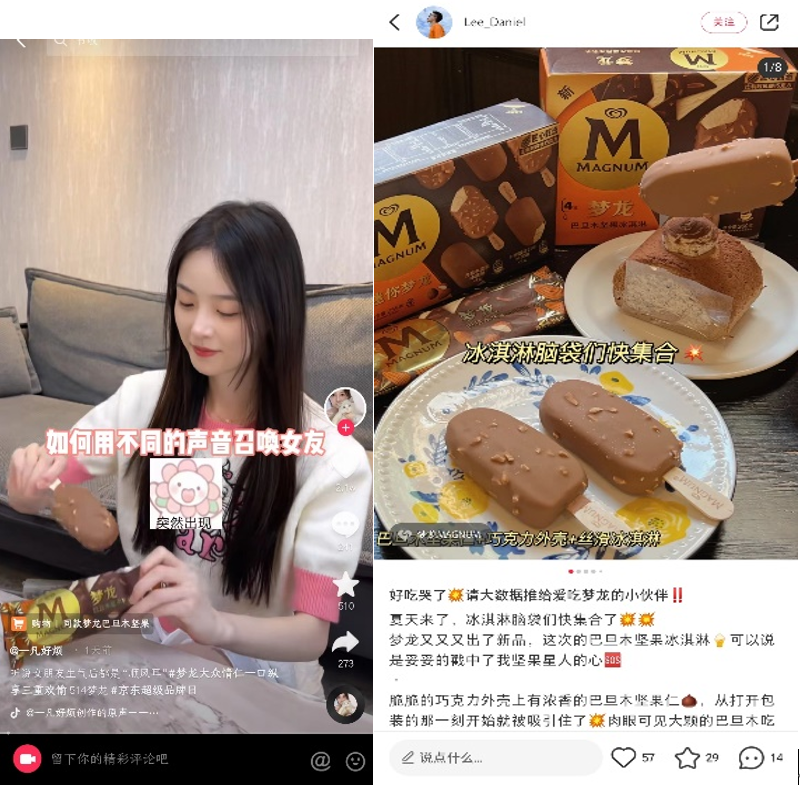
描述已自动生成

央视网PC端首页特别推荐

1. 全网多平台社交话题深度传播，强势引流京东

图形用户界面

描述已自动生成



图形用户界面, 文本, 应用程序, 电子邮件

描述已自动生成

1. 梦龙线上线下齐发力，线下快闪为线上造势

电脑游戏画面

中度可信度描述已自动生成

1. 多端深度联动，京东食品生鲜X京东到家X沃尔玛，线上线下联合超品全域共振，双平台实现真正互相引流



**图形用户界面, 网站

描述已自动生成**

京东到家APP Banner引流跳转京东APP

1. 站内多频道合作大曝光，加大站内投放力度，贡献更多成交

图形用户界面

描述已自动生成

**营销效果与市场反馈**

* 活动期间GMV日销翻*42倍* 成交金额相当于*1.86个*2021年618对比
* Plus会员占比*74%* 包揽冰淇淋单品销量前*70名*
* 站外360度亿级曝光，央视网大曝光引流资源露出4300万+
* 站内外多频道同步直播，社交话题达1.1亿+，强势引流京东
* 梦龙线下快闪曝光人次：*44.6万人*，累计共引入会员：*23,000+*