

视频号「种收一体」 助力奥利奥“寻宝玩心”引爆社交

- **品牌名称：**奥利奥
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.03-04
- **参选类别：**种草营销类

结案视频

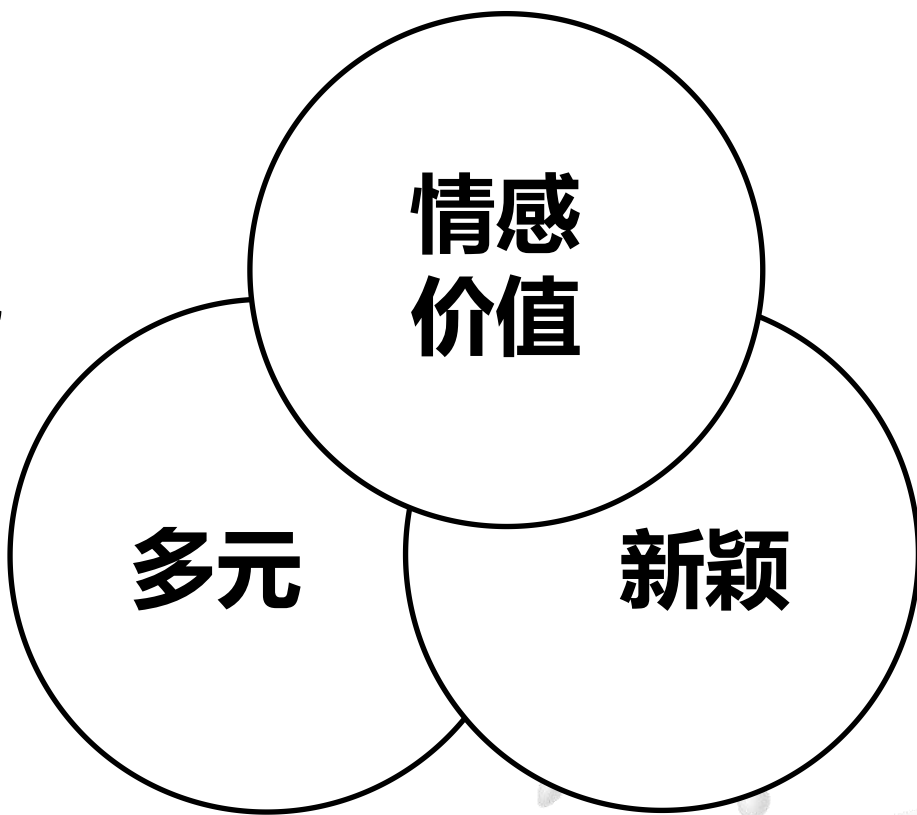
直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://docs.qq.com/doc/DRG9nd2NiWkFzQXR3?u=0ae9419827164535a2ad649ce0ecf605&no_promotion=1

零食消费趋势

88%

消费者表示他们每天都吃零食



TA们对零食的口味和体验追求更加多样化和新颖，他们希望零食不仅能满足口味上的需求，还能提供情感上的满足。面对这样的消费者需求和挑战，零食品牌需要提供既能满足口味又能带来情绪治愈的产品或体验，以赢得全年龄段消费者的认可

奥利奥发起“寻宝玩心”

奥利奥发起“寻宝玩心”活动，在上海徐家汇地铁站投放一幅水墨长卷《当代百子图》，试图从五千年的历史中找到“玩心”的源头与传承，并在品牌小程序上线“玩心”潮玩礼盒，旨在通过“好玩”的价值锚点链接目标消费群体，引导人们寻回玩心宝藏，与年轻人建立情感联系



品牌理念
曝光渗透

奥利奥“玩宝寻心”营销事件的声量扩散，将其“玩在一起”的品牌理念传递给不同目标消费人群，激活消费者内心的愉悦时光并对奥利奥品牌产生情感共鸣

消费者
互动

吸引消费者线上线下参与“玩宝寻心”，即线下打卡奥利奥《当代百子图》或线上小程序参与品牌互动，和奥利奥“玩在一起”

行业
影响力

提升奥利奥在食品饮料行业的品牌影响力

营销挑战

线下创意 线上出圈

优质的线下创意能够带来优质的用户体验，极大地提升品牌的格调，但是往往很难形成突围、出圈的效果

全年龄 多圈层覆盖

奥利奥的消费者群体年龄跨度为12-45岁，品牌将其细分为青少年（12-17岁），青年（18-29岁），青中年（30-45岁）。他们的生活阶段不一样，对于零食的需求不一样，内容及互联网平台偏好均不相同，奥利奥该如何与每个年龄段的消费者都能“玩在一起”，也是此次campaign的难点所在。

营销洞察

视频号背靠微信生态，可通过社交链传播助力奥利奥品牌线下活动到线上传播的破圈，同时实现种草到转化的营销闭环

全民覆盖

相较于其他专注于短视频的社交平台而言，视频号能够帮助奥利奥品牌触达短视频平台无法触达的人群（如高知高收入人群），这部分用户或因工作忙碌，或者对短视频内容场景不感兴趣，过往甚至没有下载任何短视频APP

社交裂变

视频号独有的好友可见点赞裂变，使得不论是奥利奥的哪一群消费群体，都愿意主动去关注、了解、分享有益于TA们打造社交人设的内容。奥利奥《当代百子图》与古代艺术相结合的创意内容，正是能够为用户打造幽默有趣、富有玩心的社交形象，品牌内容创意与视频号用户内容消费偏好完美匹配

链路闭环

奥利奥“玩宝寻心”在微信品牌小程序同时上线《当代百子图》互动，并在项目后半阶段上线奥利奥潮玩礼盒，视频号可打通朋友圈投放、品牌公众号/视频号内容引流等方式，放大品牌社交声量，并引导用户到小程序平台进行互动、成交，甚至加粉成为会员，积累品牌私域流量



营销策略

整合微信生态资源种收一体，”多快好准“为奥利奥实现品牌营销目标

达人内容

多重引爆，全民参与

头部达人+各圈层腰部达人+小任务激活长尾达人，内容金字塔加视频号独有的社交裂变，助力奥利奥快速实现社交造势

数据助力

精准种收，快速破圈

从前期达人筛选、优选内容推流、人群精准投放，腾讯数据营销工具全程助力达人优质内容破圈传播

打通小程序

品效兼顾，提升心智

优质内容种草，高效吸引用户一键跳转奥利奥品牌小程序，体验品牌互动、购买奥利奥潮玩礼盒

营销节奏

从点到面持续扩大社会影响力



引流

数据



阶段一

玩心领袖引发话题

头部大号引爆“玩心”关注
头部达人+本地生活号

阶段二

社会各界破圈发酵

各领域达人“玩心”发酵破圈
文艺/玩趣/生活类达人

解锁玩心 人人都想玩
时尚/潮玩/生活趣味达人

全民“玩心”引发社会热议
视频号小任务

阶段三

数据营销+达人内容推流

【公域】视频号达人内容推流 视频号信息流+朋友圈广告
【私域】品牌私域预告小任务
品牌公众号+视频号

【投前】
达人筛选策略

【投中】
选出优质达人内容，用于推流

【推流】
达人内容人群定向触达

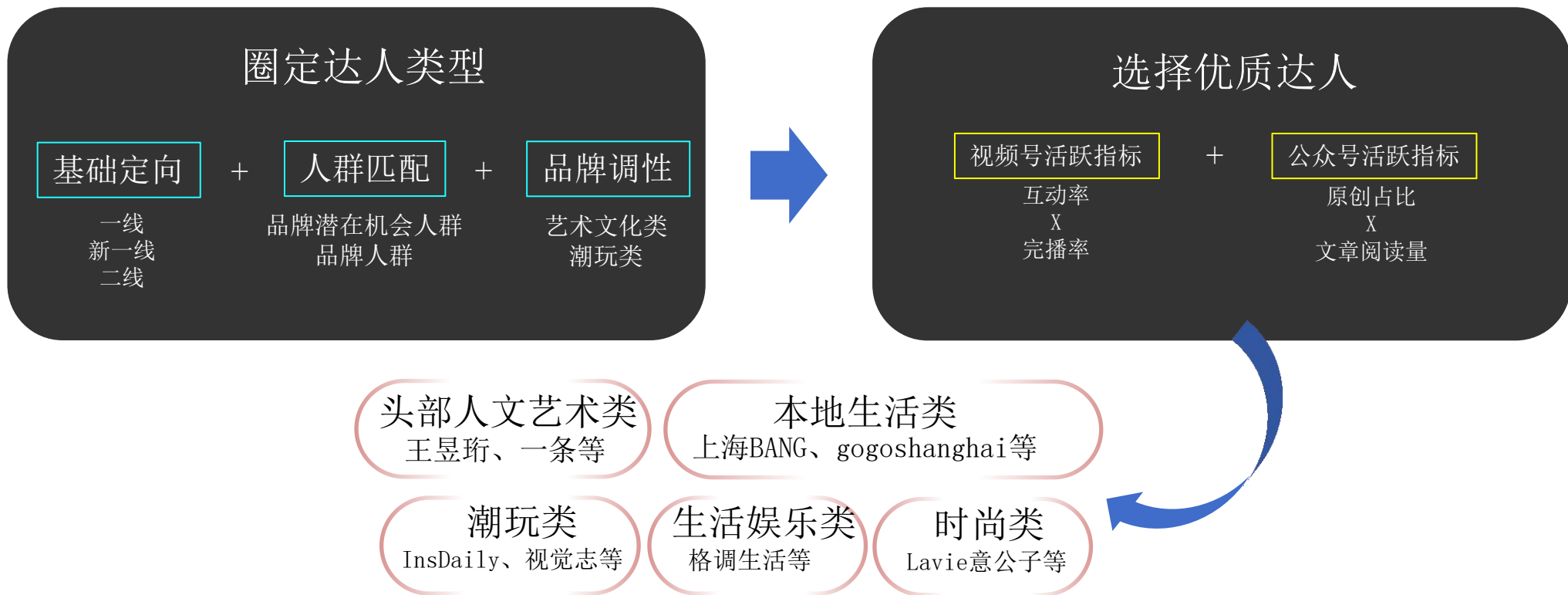
【投后】
效果复盘+人群沉淀

行业垂类强势围观

打造行业标杆案例 扩大影响
营销/广告/餐饮/零售

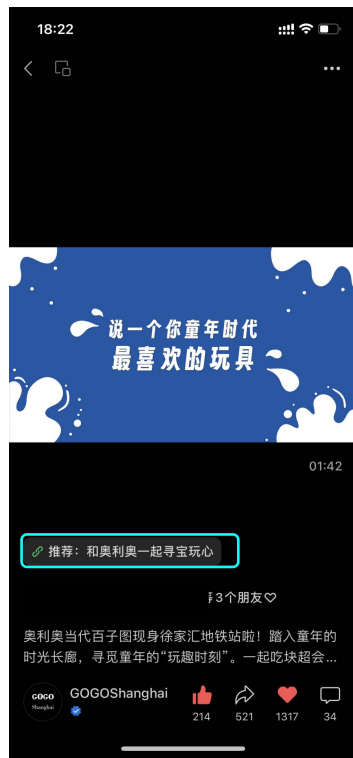
执行-达人筛选

通过品牌TA与达人粉丝进行人群匹配，筛选达人赛道，再通过达人过往数据优选合作达人



执行-初期达人内容

通过视频号头部文艺达人/本地号
将奥利奥“百子图”“玩艺复兴”等话题引入大众视野



执行-中期达人内容

各圈层视频号达人产出“玩心”内容，进一步激发玩心的多元讨论，实现声量破圈

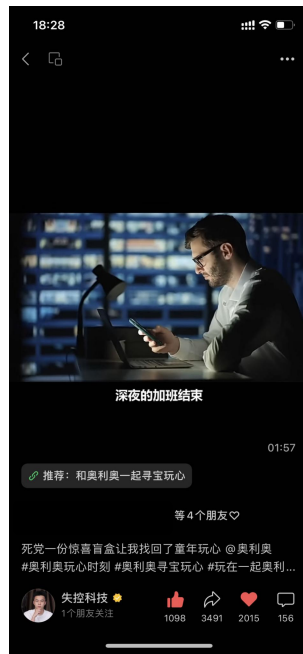
时尚生活



人文艺术



科技创意

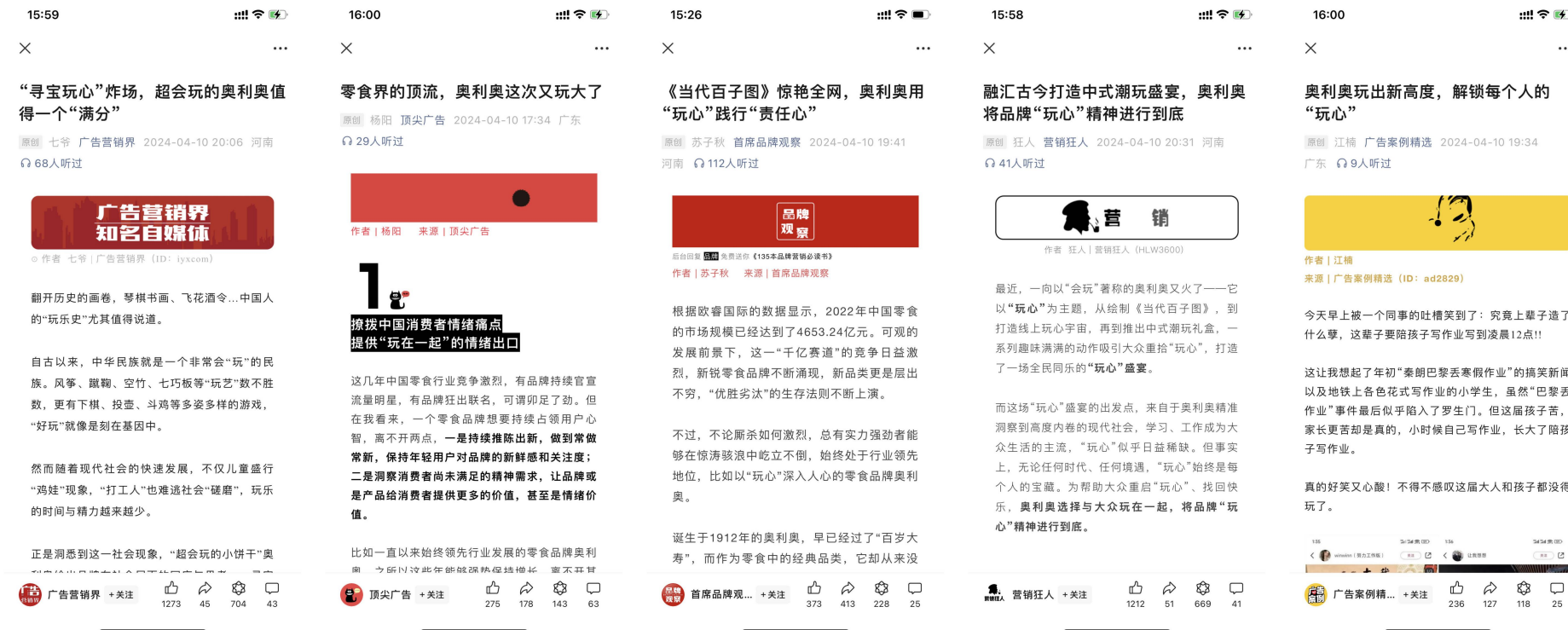


线下百子图传播

潮玩礼盒开箱

执行-长尾期达人内容

行业垂类公众号强势围观，打造奥利奥品牌影响力



执行-视频号小任务

视频号百粉用户参与品牌活动，即可根据播放量获得相应现金奖励
激活社交分享，全民解锁“玩心”



执行-视频号小任务

基于互动人群流转率优选达人内容进行推流，进一步实现品牌内容社交发酵

头部人文艺术类

垂直圈层类

本地生活类

基于量化指标衡量
互动人群流转率
多版位加热



视频号信息流内加热

小程序激励版位加热

- 项目上线后，优质达人内容获得近4000万曝光，总点赞52.1万，总转发21.6万；
- 小任务发布数超3400个，获得总共超6400万曝光；
- 活动期间，整体项目曝光超1.15亿，奥利奥微信指数从百万量级飙升至2.3亿峰值；
- 通过地铁、扫码后带动小程序日活相比之前campaign提升133%