

7-ELEVEN 梦想门店积木 整合营销传播活动

- ◆ 广告主：广东7-Eleven
- ◆ 所属行业：连锁零售
- ◆ 执行时间：2018.04.01-04.18
- ◆ 参选类别：效果类



背景&目标

01

洞察&策略

02

媒介&执行

03

效果&反馈

04

营销项目背景和推广目标

7-ELEVEN是最早进驻广东地区的连锁便利店品牌之一，发展至今已有逾1000间门店覆盖。品牌门店需要定期举办不同形式的**促销活动**，持续**输出品牌文化、拉动零售消费**，以求在广东地区愈演愈烈的连锁便利店竞争中保持领先。

背景

目标

挑战

- ① 借主题促销活动，**提高门店营业额**；
- ② 创意输出品牌文化，**增进消费者对品牌的认同**；
- ③ 引发传播效应，加大品牌曝光，**营造口碑**。

如何充分利用7-ELEVEN在广东地区的影响力，结合创意调动起消费者情绪，**将促销活动打造成地区热点**，是本次Campaign的主要挑战。





手办人偶



场景积木



艺术装置

- 新世代年轻人中不乏**“周边控”**，他们寄情于电子游戏、社交媒体等虚拟娱乐，却又**对新兴文化符号衍生的实体玩具情有独钟**，如手办人偶、场景积木、艺术装置等。
- 他们喜欢收集系列周边，**乐意为“换领”等促销手段买单**；他们也喜欢“晒”藏品，圈内信息互通有无，**社会化传播潜力巨大**。



Top
Mobile
Awards

【洞察】7-ELEVEN 本身就是大IP！



7-ELEVEN 便利生活每一刻

- 7-Eleven于1927年在美国创立；
- 至今，7-Eleven在全球已突破6万家；
- 7-Eleven中国南区隶属怡和集团旗下的牛奶国际，多年来店铺发展超过860间。

- 7-Eleven在广东地区植根多年，一直以其“总有一件在您身边”的高覆盖率，诚恳地提供高质便利服务，形象亲民；“7仔”早已成为一代人的集体记忆，广东地区家喻户晓的文化符号。
- 7-Eleven以往也曾配合促销活动，推出具有品牌特色的限定产品，却从未以消费者最感亲切的“7-Eleven门店”作主题设计周边，而这或许正正是广东地区大批“7仔迷”最为期待的。



Top
Mobile
Awards

【创意】7-ELEVEN 定制门店周边！



以实际行动回应“7仔迷”内心期待！

7-Eleven梦想门店 诞生！



Top
Mobile
Awards

【创意】7-ELEVEN 定制门店周边！

筑起童年梦想

7-ELEVEN 让你做店长

筑起童年梦想
7-Eleven 让你做店长

任意消费满 **10元** 即可加价换购积木玩具!

活动时间: 2018年4月4日7:00起至2018年5月1日

换购时间	换购内容	加价
4/4起	7-Eleven 梦想店门	+25元
4/4起	店长收银台	+20元
4/11起	夏日清凉柜	+20元
4/11起	开心饮食区	+20元
4/18起	童趣零食架	+20元

活动时间: 2018年4月4日-2018年5月1日

- 基于两点洞察，我们联合积木品牌METAS，为“7-Eleven门店”量身定做了一款**积木套装**。
- 积木套装以“筑起童年梦想，7-Eleven让你做店长”为主题，将最经典、最深入民心的**思乐冰**、**鱼蛋**等符号逐一还原，直戳情怀软肋。
- 消费者用积木模块，亲手拼筑起“7-Eleven门店”的过程中，脑海泛滥的青涩回忆，也在**拼筑7-Eleven那份独一无二的亲近感**。



Top
Mobile
Awards

【创意】7-ELEVEN 定制门店周边！



- 积木套装由5个模块组合而成，于推广期内**分拆发行**，鼓励消费者定期、多次到门店消费换领收集，集齐模块即能拼成完整的“7-Eleven梦想门店”。



【媒介&执行】推广行程

4月1日

4月4日

4月11日

4月18日

线上传播

微信运营

微信服务号推送

微信KOL推广

KOL投放推广

DSP推广

城市DSP定向投放推广

线下促销

千店同步上新展示物料

上线期

高潮期

收官期

- 促销启动当天，于官方微信服务号发布活动信息，以“童年梦想重燃”的主题构想切入，惊喜带出“积木套装现可换购”，瞬间引爆话题，**几小时内阅读数突破6万+**，门店首批积木被抢购一空。

官方推文

阅读量达**8W+**

逾**390**个赞

粉丝评论**难掩期待**



想和7-Eleven版“披头四”一起过那条童年时经典的英伦马路吗？

快到你身边的7-Eleven买买买



阅读 81209

👍 390

- 花千骨 实现童年梦想:让孩子实现梦想 139
- 弹力素 不错玩积木开发宝宝大脑赞一个 138
- 积木小店好萌啊，喜欢 136
- SwankyPants & 童年是美好的 38
- 林静 活动太给力了，赶紧买买买 37
- 平生 想去阿 36
- 丫头 7-Eleven推出积木玩具真是太好了，可以帮助孩子实现童年梦想了
- QWER 这是个可以玩出创意的玩具，积木都有开发智力的作用

【媒介&执行】门店物料上新，千店同步，活现眼前

上线期

高潮期

收官期

- 促销启动当天，配合线上发布，7-Eleven千所门店同步上新物料，将一整套“7-Eleven梦想门店”活现于消费者眼前，制造最直观的吸收，引起关注，促进换领转化。



上线期

高潮期

收官期

- 活动进行期间，联合7个广东本土生活文化KOL发布软文，**轮番**向目标受众**精准传播**活动内容，**全域营造活动声势**，将活动发酵为地区热点，最大化传播影响力。

覆盖广东4大城市！
阅读数合计：22W+

序号	地区	KOL名称	推文阅读量
1	广州	广州吃喝玩乐	51,000+
2		广州热门聚焦	32,000+
3		广州微生活	22,000+
4	深圳	深圳微生活	34,000+
5		深圳大小事	33,000+
6	佛山	佛山潮流资讯	32,000+
7	东莞	东莞君	26,000+
合计			23w+



上线期

高潮期

收官期

- 活动进行期间，借助“广点通”推广渠道，持续定向广东地区进行DSP投放，传达资讯，内容覆盖微信、热门手游等，**总点击达11万+人次，点击率达1.3%，高效引流。**

联盟广告



联盟广告



微信底部广告



【媒介&执行】服务号推送，二批发行，再掀热潮

上线期

高潮期

收官期

- 活动踏入第二阶段，于官方微信服务号**二次推送**，提醒粉丝“第二批积木已发行，并以**“供不应求，卖到断货”**激起**消费者饥饿感**，进一步引流线下，实现促销转化。



官方推文

阅读量达**2W+**

粉丝持续**响应热烈**



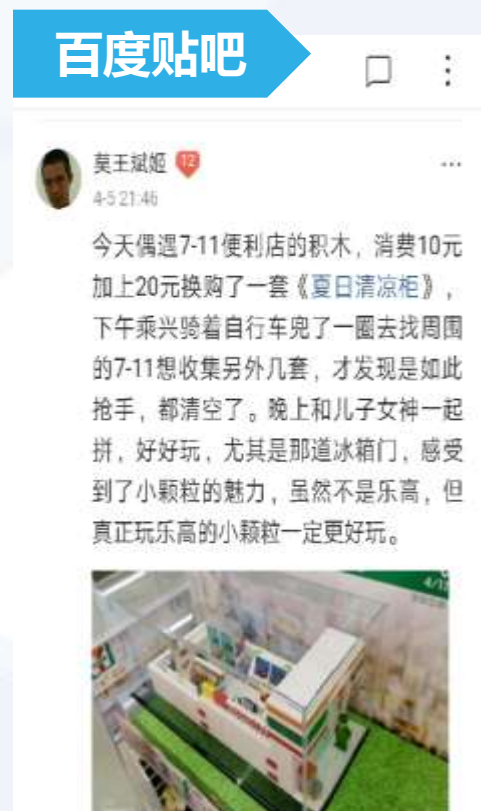
【媒介&执行】UGC传播，自发流量，长尾口碑

上线期

高潮期

收官期

- 活动接近尾声，话题热度不减。积木模型的社会属性发挥作用，**大量消费者自发产出原创UGC**，内容包括文字、图片及视频，平台覆盖微博、贴吧等；**成套模型更在淘宝、闲鱼、小红书等电商平台争相炒卖。**



品牌曝光及口碑传播，均呈长尾趋势！



旅游达人
7仔模型 1蚊秒杀秒杀!!!



¥210 当前价

限量7-11积木一套 感兴趣的话给我留言吧!



背景&目标

01

洞察&策略

02

媒介&执行

03

效果&反馈

04

整体项目推广效果

促销转化

- 7-ELEVEN 广东地区**千店同步上线**
- 发行首日即受热捧，多间门店断货，一套难求
- **53000+人次**参与线下门店兑换

传播曝光

- 积木兑换KPI达到**100%**，引流到店KPI超**800%**
- 硬广展示量：**曝光达8414万+人次**，**点击达11万+人次**
- 微信累积阅读量：**34万+**
- 微博话题累积阅读量：**4300+**

口碑营造

- 原创UGC微博总数：**350+条**
- 各平台UGC视频累计播放量：**5万+**
- 电商平台二次热销商品量：**达160+个**，商品热炒价格**高达1000元。**

整体项目ROI反馈

门店营收↑

吸引**53000+人次消费**换领，积木直接贡献营业额200+万,间接消费贡献营业额超1000+w。

ROI达到13



品牌曝光↑

活动在华南地区备受关注，**线上总阅读量逾900万**，为店铺引流超千家。



品牌文化↑

“7-Eleven梦想门店”彰显情怀，**拉近消费者与品牌情感距离。**