



# 安佳-新西兰走丢了

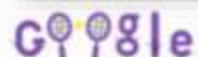
- 广告主：安佳
- 所属行业：快消品
- 执行时间：2018.06.25-07.12
- 参选类别：互动体验类



## 新西兰从世界地图上消失了?!究竟是个阴谋还是.....

一直以来,一直有件事让新西兰人民很不爽...“为毛我们国家总是无缘无故地消失???”“我们就这么没有存在感吗!!”不得不说....

中青旅 2018-5-9



does new zealand

does new zealand exist

does new zealand have snakes

does new zealand have a constitution

does new zealand have a written constitution

Press Enter to search.

## 社交网络话题事件背景： “地图上找不到新西兰”

近日social上爆出“地图上找不到新西兰”的热点“梗”，国外媒体纷纷借势转发并传播，呼吁“让新西兰重回地图”。

而安佳正处于产品换包装的时期，恰好借此机遇，借势热点话题，通过Social趣味玩法扩大传播，加深安佳品牌与新西兰的品牌印象，从而提升品牌好感度。



- 巧妙借势SOCIAL话题事件进行品牌营销
- 大胆尝试创新形式及展现方式。AR技术结合实景给予用户沉浸式体验；利用交互式全景形式打造H5，将故事与游戏交互完美结合；原创漫画KOL的趣味传播、操作感极强的抖音小视频与用户建立连接，来传递整个营销活动，最大化传播效果。
- 高精准化的定向投放，快速聚焦目标群体，在预热期短短时间内，实现高曝光量的效果，有效强化品牌形象。

## AR CORE IDEA



# #新西兰 走丢了#

## 热点事件延 伸到中国

第一时间关注到国外“地图上找不到新西兰”事件并迅速反应将事件结合品牌延伸到中国



## 新包装发售 扫瓶身玩AR

热点事件主题下进行新包装的设计发售



## 百度合作

与平台深度合作  
将AR应用在百度平台上  
引发更大的传播效应



## AR科技新 玩法

百度、微信双入口  
用酷炫的AR技术让消费者  
体验品牌事件



## Social引爆 话题

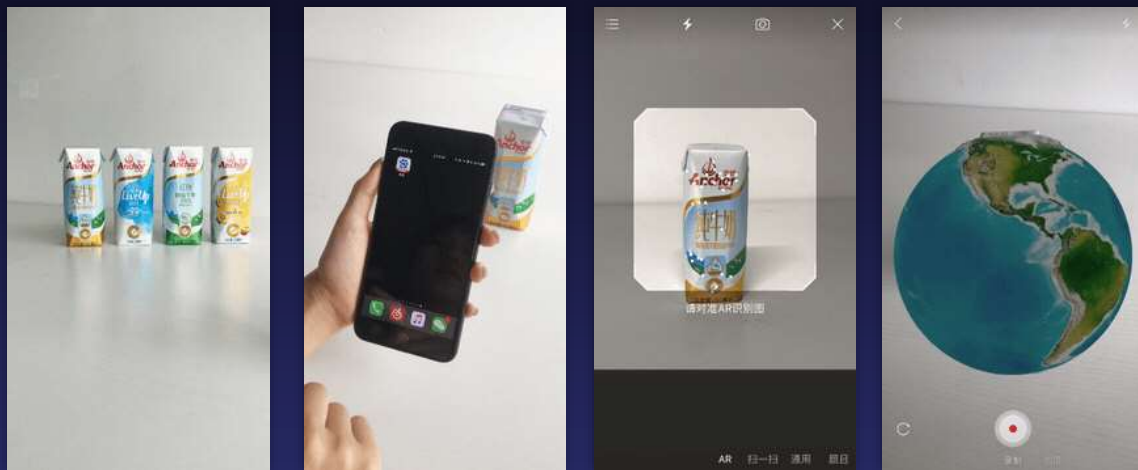
微博话题热议  
KOL引导发酵  
TA 互动UGC



通过**百度AR**扫描安佳牛奶瓶身包装图案或**微信**扫二维码  
让消费者体验“寻找新西兰”的过程



百度AR或微信扫码新包装进入寻找新西兰的“任意门”  
360°全景图体验新西兰实景探索



安佳AR通过场景化切入，让用户产生“沉浸式体验”；H5借助游戏为传递工具，加深用户对新西兰的印象。将原本只对AR和H5感兴趣的人群转化为安佳牛奶的消费者。



**AR总扫描量 13,000**  
**H5总点击量 8,345**

## 点击彩蛋生成趣味标签，增强社交分享趣味性

加入彩蛋，点击跳出对话框：恭喜你！成为第x个找到新西兰的人！  
并给用户一个Social好玩的称号，引导分享。



“全能型喝奶发烧友”

“首席奶牛情绪安抚师”

“奶牛德智体美劳教育部部长”

“头号牧场保养技师”

“00后奶萌练习生”

恭喜  
你是第100个找到纯净之地新西兰的人！  
特此任命你  
**“CMO首席喝奶官”**  
奶牛们都为你鼓掌！

“CMO首席喝奶官”

“奶牛正能量idol”

“宇宙C位奶萌教主”

“牧场颜值担当”



## 巧妙借势 #新西兰丢了# 的SOCIAL话题事件进行前期预热 预热话题：如果世界上没有了新西兰会\_\_\_\_\_引发粉丝脑洞讨论

@安佳中国 转发@新西兰旅游局的呼吁贴“让新西兰重回地图”  
引导粉丝关注新西兰在地图上消失的热点，并且借势热点话题发出微博互动，  
激发粉丝关注和好奇，炒热话题达到前期引流效果。



粉丝脑洞UGC



## 新西兰相关KOLs、旅游类微博KOLs率先扩散安佳预热话题讨论

@安佳中国 预告微博一出，引起众多媒体的关注及重视，许多大V账号对安佳的微博进行转发和支持，在新媒体平台上获得良好的传播度，为后期的上线打下了坚实的基础。





@Anchor安佳 官方微信发布收集的优质粉丝UGC内容，以趣味排版设计展现，对事件进行二次传播，同时预告安佳AR上线活动，提前预留悬念。



## @安佳中国 官方微博 7.5正式发布安佳AR上线海报

画面呈现任意门元素与产品。制造超强的视觉冲击激发粉丝好奇心，引导玩转AR。搭配告知文案及#新西兰走丢了#话题，可更加直接使受众清楚活动内容，增强话题量。







## 创意形式沟通活动内容

幽默漫画博主@设计系奶子、胡渣少女  
创作趣味条漫，创意形式沟通活动内容



以手机聊天截屏+漫画的形式，打造符合年轻TA口味的极具冲突和笑料的内容创作，画面引人入胜，品牌植入自然，为AR活动制造新鲜感，借助崭新物料触达更多新受众



## 选择符合消费群体的高精准化投放渠道

@王赞Zzzz 抖音&微博同步发布特效短视频，在AR活动收尾的短期内快速聚焦目标消费人群流量，深层次覆盖影响，使安佳AR互动再一次达到高峰。



名称	Impression	Expression
微博@王赞Zzzz	143,277	5,026
抖音@王赞Zzzz	1,382,000	485,666

@英国报姐转发@安佳中国的微博，扩大传播维度，创意视频展现AR沉浸式体验，吸引粉丝关注，保持活动热度，同时增加品牌和活动曝光度。





## Impression: 1亿+

**新** #新西兰走丢了#  
阅读1936万 讨论5万

## 话题页阅读量: 1936万+





**THANK YOU**