

溜溜梅×短视频#溜溜梅扛酸全民挑战#

- ◆ 广告主: 溜溜梅
- ◆ 所属行业: 快消
- ◆ 执行时间: 2018.06.04-06.06
- ◆ 参选类别: 互动体验类

66梅子节，激发全民趣味参与溜溜梅主题挑战

营销预算
4 0 0 万



营销周期

2018.6.04 ~ 2018.6.06



营销目的

借势梅子节，激发全民参与挑战
创意互动中直接拉动销量的提升

如何引爆全域，打造溜溜梅全民狂欢



趣味性

如何巧借内容突出溜溜梅特征



互动性

如何卷入全民参与互动挑战



转化力

如何在互动中直接促进销量



影响力

如何联动全网制造声量高峰



多维合力驱动，形成溜溜梅全民扛酸风潮

创意驱动

结合溜溜梅品牌主张，
发起扛酸全民挑战

传播驱动

全域联合传播，
制造全网最强声量

互动驱动

打造立体式传播矩阵，
跨圈层联通互动

平台驱动

线上线下联动，
奖励刺激参与并购买



结合溜溜梅品牌主张，发起全民扛酸挑战

#溜溜梅扛酸全民挑战#

“6.6”中国梅子节，溜溜梅欲在全网掀起中国梅热潮。“扛酸大咖”杨幂号召全民一起来抖音参与扛酸挑战，不管你是面不改色，还是酸成表情包，伴着“溜溜梅没事歌”，Show出你的扛酸力!



品牌挑战+魔性音乐+创意贴纸，品牌权益最大化

溜溜梅品牌挑战赛#溜溜梅扛酸全民挑战#



溜溜梅创意贴纸定制



35.8万+
贴纸使用量

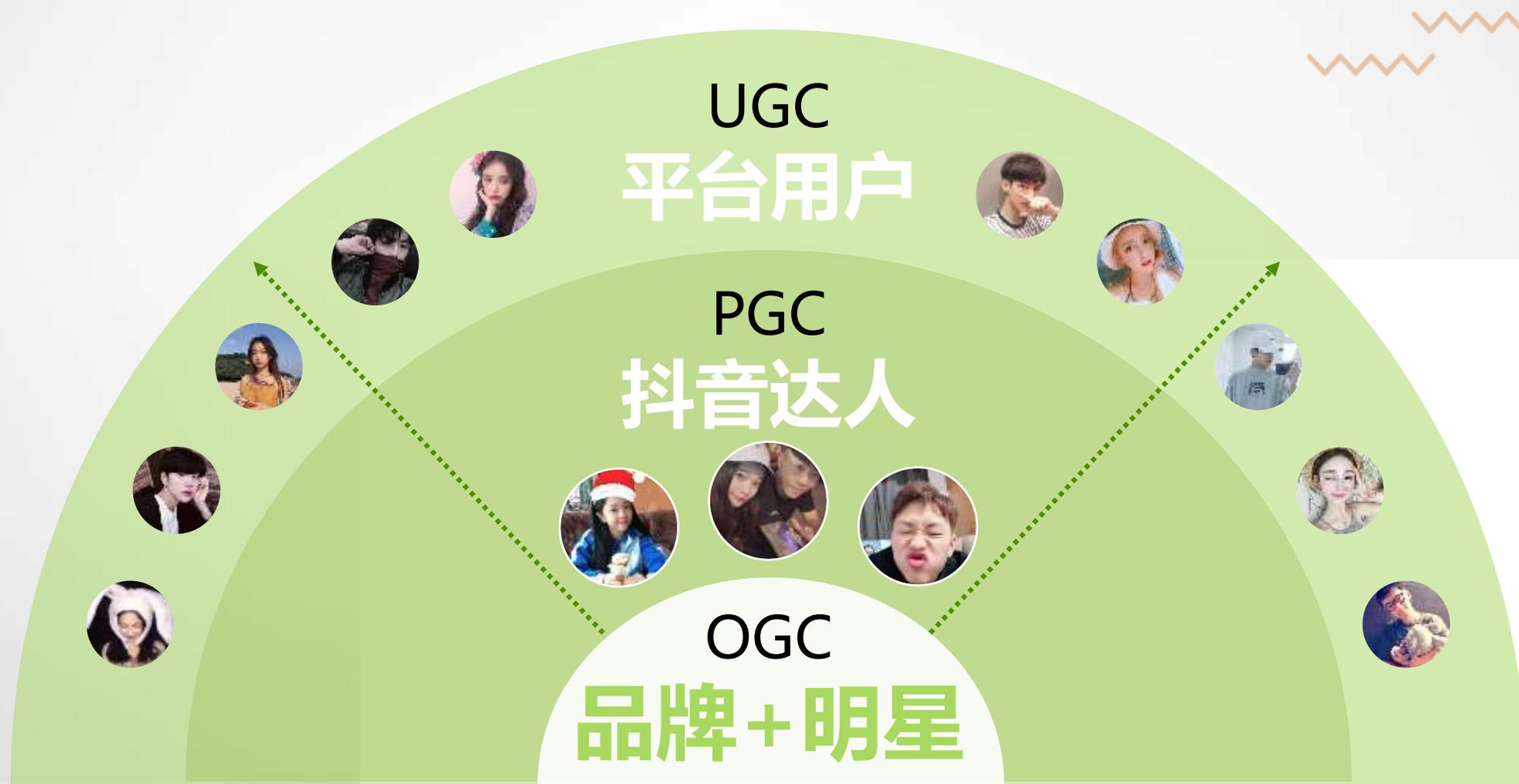


《溜溜梅没事歌》音乐入库

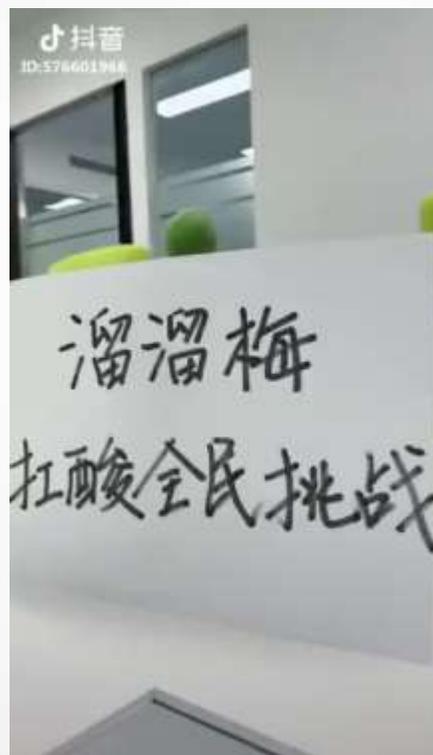


66.5万+
视频参与量

品牌+明星→达人→用户，打造立体式圈层联动



品牌联合代言人首发示范，超人气瞬时引爆



品牌首发示范
点赞量：6.1万



代言人杨幂号召
点赞量：6.8万

头部达人率先创意挑战，引导用户参与互动



小芊语
播放量：1,042,313
互动量：86,497



小安妮大太阳
播放量：1,883,231
互动量：98,112



鸡汤蒋
播放量：696,844
互动量：32,196

激发全站用户热情创作，全域掀起扛酸挑战热潮

伴着“溜溜梅没事歌”，全民Show出扛酸力



线上线下多渠道融合，挑战中形成销售转化



线上：联动天猫，奖励刺激，有效引流转化

挑战赛与天猫联动



奖励机制

溜溜梅天猫旗舰店 **1000万** 颗梅子免费送

作品主题关联度和点赞数总和排名TOP66可 **6年** 溜溜梅免费吃

线下：3000家门店同期开展挑战，持续引爆热度



300个城市



3000家门店



全民扛酸线下挑战

免费提供新鲜梅子，消费者现场录制作品上传抖音参与挑战赛，同时享受购买优惠折扣



商超活动堆头主题布置

玩转“溜溜挑战门”

现场提供火爆抖音的挑战门游戏，趣味互动，吸引消费者参与



域内域外联合传播，制造全网最强声量

「域内」

黄金矩阵引爆造势，
用户路径全面覆盖



「域外」

社交平台同步配合，
立体引爆全网推广

域内：黄金矩阵引爆造势，用户路径全面覆盖

强曝光开屏



发现页Banner



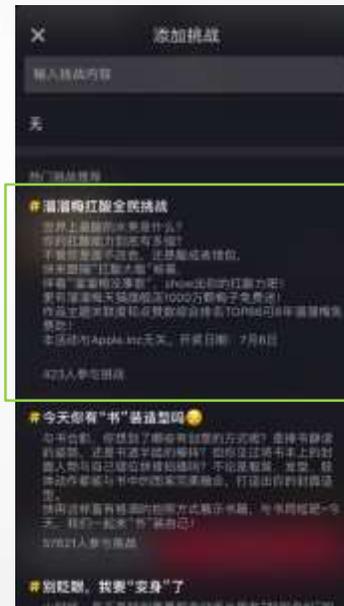
热搜-挑战话题



搜索页-活动话题



添加话题置顶



站内消息



曝光量：**1,957万+**
CTR：**4.65%**

*备注：数据截止6月12日

打破挑战赛历史参与人数纪录，成为抖音经典案例

808万+
点赞量

32.1万+
分享量

76万+
视频参与量总计

3.3亿+
总播放量

20万

上线首日参与
用户突破

157万+
评论量

代言人杨幂微博

抖音挑战赛历史参与
人数**新纪录**

瞬时引爆全域，打造溜溜梅全民扛酸狂欢Bigday

#溜溜梅扛酸全民挑战#

创意
内容

结合溜溜梅品牌主张，
发起全民扛酸挑战

圈层
互动

立体式传播矩阵，
跨圈层联通互动

平台
联动

线上线下联动，
奖励刺激参与购买

全域
传播

全域联合传播，
制造全网最强声量