

苏宁6.28全民嗨抢#活出你的冰爽力# 抖音竖屏挑战赛

- ◆ 广告主：苏宁易购
- ◆ 所属行业：电商
- ◆ 执行时间：2018.06.24-06.30
- ◆ 参选类别：短视频营销类

大促来袭，必须DOU起

在抖音用最创意的方式
为品类促销季疯狂打Call

全民嗨抢冰箱洗
衣机

背景&目标

628作为苏宁年中冰洗类产品重要营销节点，苏宁一直希望把它打造成行业标杆，但受京东618冲击，苏宁处境尴尬。所以通过何种传播活动，打造苏宁特有的628，成功获取市场关注和销售流量的关键。

通过定制冰箱&洗衣机品类创意玩法的挑战赛，以有奖参与+KOL带动，在抖音平台广泛触达泛娱乐人群，带动平台普通UGC产出活动促销的相关创意内容，营造“全民嗨抢”活动氛围，为线上造势的同时，为线下大促活动导流。

整体策略：BGC发起+UGC众创+全民参与互动

品牌方创建活动，在微博平台率先发布话题活动，UGC原创内容输出引导目标人群关注，最终引爆全网目标人群参与互动的形式。

KOL选号策略：基于目标人群的TA画像标签，结合微播易平台330万交易大数据，以及KOL标签及投放数据，依托于微播易短视频智能营销平台，智能推荐双微、短视频KOL资源。

媒体策略：

预热期：以微博为阵地，创建话题，KOL参与互动，快速曝光活动信息。

引爆期：抖音平台，创建挑战赛话题，PUGC创意视频引导，核心目标人群参与活动，参与视频挑战。

覆盖平台：微博、抖音、快手、美拍等。

竖屏挑战赛到底怎么玩？

品牌发起官方挑战赛，晒出你的冰箱或者冰箱给你带来的品质生活

创意关键词：晒冰箱，品质生活

玩法洞察：冰箱是每个人的秘密天地，它看起来不起眼，打开门后往往会让你发现一个新世界！它储存着与生活息息相关的物品，从侧面映射了主人的生活品质。

玩法文案：就像冰箱里的蔬菜瓜果，是我们健康生活中的贴心伙伴。冰箱里储存着的不仅仅是物品本身，更是品质生活！在你的冰箱里，是不是也储存着好多品质生活的“证据”？那就快快发挥你的创造力，打开冰箱，晒出你的品质生活吧~

活动规则：使用苏宁定制款贴纸拍摄视频，依据活动关联度和点赞分享量综合考量，选出获奖用户。

第1名获得XX品牌XXXX元冰箱一台；

第2-3名获得XX品牌XXXX元冰箱一台；

第4-10名获得XX品牌XXXX元洗衣机一台；

第11-20名获得苏宁夏季大礼包，270根冰棍承包你一整个夏天。

其他奖品推荐：冰淇淋模具、珍藏版旅行冰箱贴一套、一冰箱的新鲜食材（XXXX元生鲜超市代金券）

创意实施

创意主题：

活出你的冰爽力



账号精细标签

与品牌粉丝属性一致，发布过相关产品内容的短视频账号

名称 账号分类 账号链接 账号ID 粉丝数 真粉率、年龄分布、性别比例 账号地域 是否认证 认证信息 账号标签 媒体简介 适用于新零售行业

支持投放的短视频账号 1200+

传播力评估

粉丝量 / 播放量 / 活跃度 / 发视频习惯

高传播力账号 400+

影响力评估

认可度 / 信任度 / 舆论引导能力

高影响力账号 100+

受众偏好评估

偏好内容关键词
喜爱的品牌分布

内容属性最匹配的
账号 30+

执行综合评估

响应时间
拒单率
合格率
排期

执行效果佳
账号

传播思路

寻找全网“活力”系视频达人

演绎最“活力”场景、故事

全民互动，共赴“活出你的冰爽力”高潮

- 技术提供资源的精准高效筛选

AI驱动 KOL精准智选

层层过滤，为广告主找到、找对自媒体

账号筛选策略

依靠微播易SNBT质检技术与大数据分析，
匹配与商品类型合适的账号，合作发力！

- 基于社交大数据提供投放前策略支持

垂直突破 精准发力

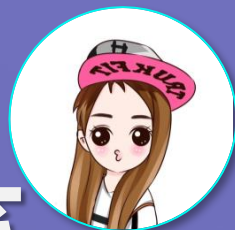
时尚



闫闫_Mystic

节能环保黄金车模大赛全国总冠军闫佳琪

搞笑



恋珊妮

深圳恋珊妮影视文化传媒有限公司CEO

情感



曾宇森

花样美男
非常完美男嘉宾

技术流



刘宇

抖音红人
人气视频创作者
节奏达人

黑电



小蛋黄omi

超强亲和力达人
甜美居家系COL

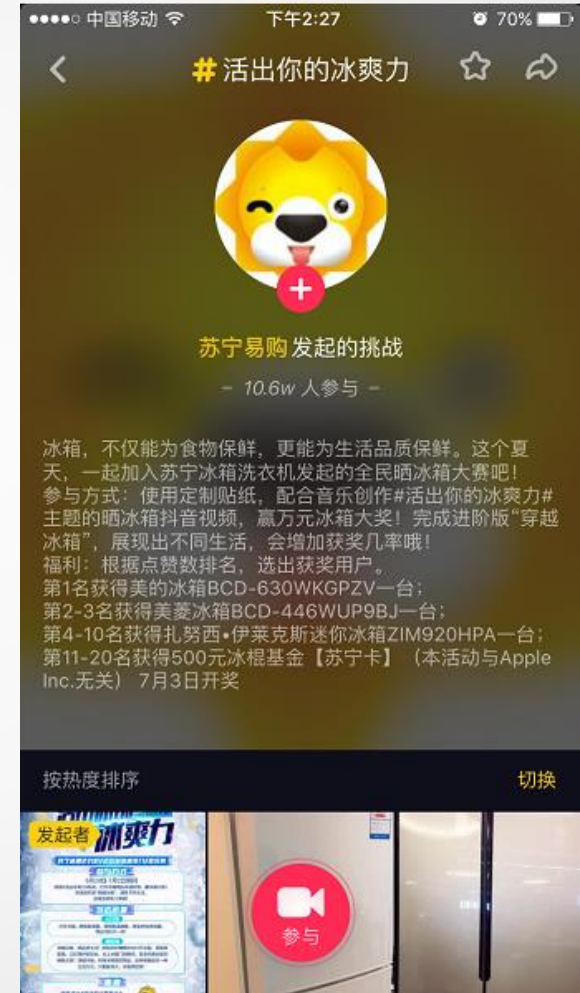
第一、活动预热期

6月24日-25日，活动率先在微博预热发布，#全民嗨抢冰箱洗衣机#话题上线，4位微博KOL达人发布活动内容，为抖音挑战赛预热引流。



• 第二，活动引爆期

- 6月25日-28日，挑战赛#活出你的冰爽力#在抖音上线，邀请抖音平台用户参与视频创意挑战赛，赢取冰洗等实物大奖。为了扩大活动声量，5位抖音视频达人结合628活动主题原创5支挑战赛短视频陆续在抖音平台发布，引导粉丝关注模仿视频创意，积极参与到活动中来。
- 为了保证活动的最大热度，活动同步也在微博发布话题活动。



优质视频展示



看智勇的“穿越冰箱”~嘿嘿明天我又要瘦五斤啦!!

创意概述：女主肚子饿了，想吃点外卖，叫油炸食品。男友智勇以“减肥”目标加以阻止教育，并用“新鲜果蔬”给与女主惊喜，在拿果蔬的过程中，智勇奇迹般的穿越，展现了“苏宁易购”冰箱的对于美好生活的奇妙作用。

内容亮点：

- 1、以热门话题“减肥”为切入点，日常场景唤醒，可看性强，有强烈的受众认同感。
- 2、视频前后通过吃“油炸食品”与“新鲜果蔬”的强烈对比，有效突出了冰箱的奇妙作用。
- 3、视频结尾以“字幕”告知，清晰品牌信息。



达人选择理由

情侣cp之一，居家甜美女孩儿，面向年轻情侣、女性受众。

小蛋黄omi

视频传播效果：品牌曝光数186.9w；
视频获赞数2.4w

品牌权益：

日常场景唤醒

个性主题冰箱

定制冰穿主题贴纸

优质视频展示



“穿越冰箱”，开启时空任意门

创意概述：早上肚子饿了，去冰箱拿吃的，结果发现美丽的鲜花；除了鲜花，冰箱里还有吃的水果、饮料、玩具、鞋子...冰箱的门是时空任意门，帮助男主获得美好生活。

内容亮点：

- 1、以早上早起为起点，日常场景唤醒，可看性强。
- 2、多镜头叠加剪切，镜头之间更有张力。
- 3、“苏宁”公仔入镜，品牌识别度更高。
- 4、植入效果优异。



达人选择理由

花样美男，抖音技术流，面向女性受众。

刘宇

视频传播效果：品牌曝光数**835.5w**；
视频获赞数**15.0w**

品牌权益：

日常场景唤醒

个性主题冰箱

定制冰穿主题贴纸

优质视频展示

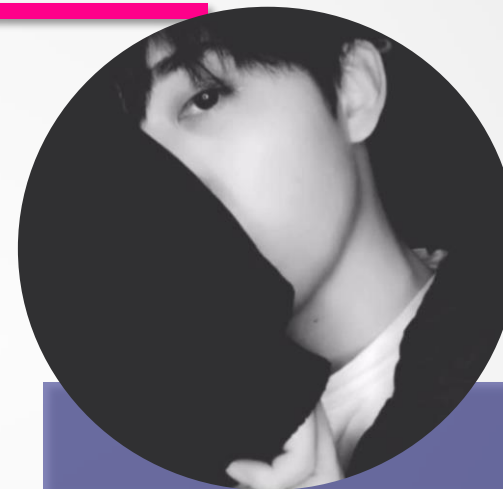


如何在世界杯期间支持自己喜欢的队？

创意概述：看球，着急比赛结果，如何将自己喜欢的世界杯“球队”从冷门中解救出来？将它放进冰箱里“冰一冰”，男主教你如何机智支持自己喜欢的球队。

内容亮点：

- 1、以“世界杯”为话题切入点，可看性强，日常场景唤醒，受众接受度高。
- 2、“苏宁”公仔入镜，不离手，品牌识别度更高。



达人选择理由

花样美男，非常完美男嘉宾。面向女性受众。

曾宇森

视频传播效果：品牌曝光数**24.0w**；
视频获赞数**2167**

品牌权益：

日常场景唤醒

个性主题冰箱

定制冰穿主题贴纸

优质视频展示

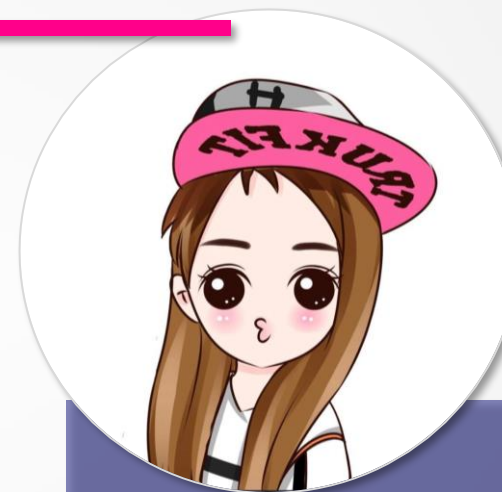


胖妞“穿越冰箱”记，你以为胖妞穿越古代就一定能当贵妃么？

创意概述：在当今这个时代，胖妞没有“生存权”，那穿越回古代呢？女主穿越古代成为了一名宫女，不想主子想吃“冰镇”荔枝，如何是好？6.28上苏宁易购，买冰箱！

内容亮点：

- 1、古代穿越，超强带入感，可看性强！
- 2、夸张的戏剧性，喜剧效果不言而喻，垂直突破搞笑圈层。
- 3、植入自然不做作，广告效果优异



达人选择理由

搞笑达人，面向普通受众，喜剧受众。

恋珊妮

视频传播效果：品牌曝光数**294.0w**；
视频获赞数**3.1w**

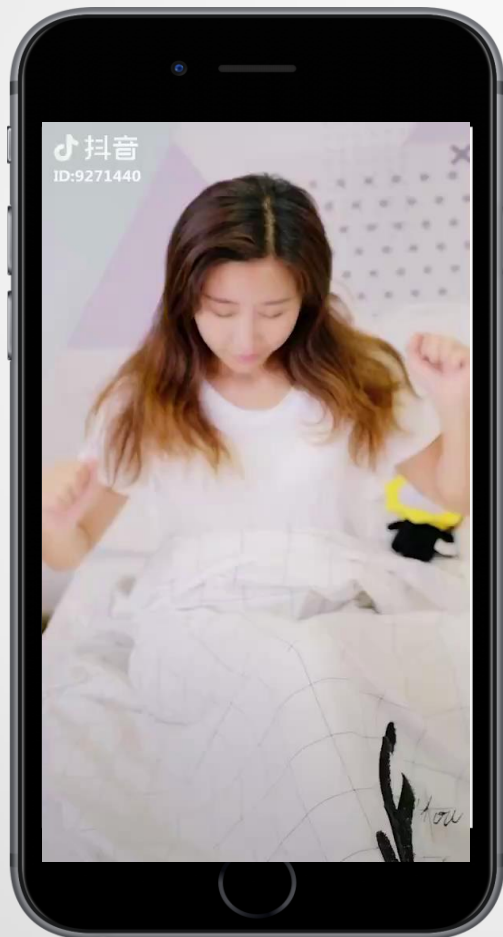
品牌权益：

日常场景唤醒

个性主题冰箱

定制冰穿主题贴纸

优质视频展示



技能Get 闫闫可以“穿越冰箱”咯~

创意概述：女主早起睡眠惺忪，打开冰箱，奇葩的是一冰箱的口红，取出了一支口红，关上冰箱门，从居家穿越到时尚前沿的都市生活。

内容亮点：

- 1、早起慵懒与精致生活对比，日常场景唤醒。
- 2、手握苏宁“公仔”穿越，品牌识别度更高。



达人选择理由

时尚达人，车模大赛总冠军，面向男性受众。

闫闫_Mystic

视频传播效果：品牌曝光数**203.6w**；
视频获赞数**2.8w**

品牌权益：

日常场景唤醒

个性主题冰箱

定制冰穿主题贴纸

传播亮点

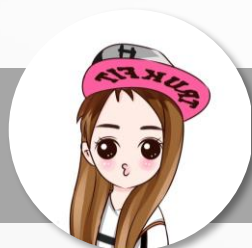
优质

P/UGC自媒体用心用力，产出**优质**短视频



闫闫_Mystic

品牌曝光数186.9w;



恋珊妮

品牌曝光数835.5w;



曾宇森

品牌曝光数24.0w;



刘宇

品牌曝光数294.0w;



小蛋黄omi

品牌曝光数203.6w;

品牌曝光人数覆盖：**1000万+**

第三，流量沉淀期

6月29日-7月1日，在官方有奖参与和5位抖音达人的引导下，大量平台用户主动参与到视频创作中来。随着视频大赛的进一步传播，苏宁628活动信息广泛触达平台用户，线上活动曝光的同时，也为线下门店导入了一波优质流量。

传播亮点

口碑

植入露出好评

打造品牌好口碑

偶尔善良
把把鞋放进冰箱??

9小时前

冷漠

关注

13小时前

冷漠

苏宁易购

13小时前

沐沐沐小白

同, 同款

1天前

唯一的等待

苏宁易购的小狮子

1天前

杀手

妈耶和我同款哎

1天前

And康桐

小哥哥, 同款发带呢

有爱评论, 说点儿好听的~

腻腻。

这个冰箱我要买

6月26日

邹雅涵

Odddddaaa11gjaj

0167513061

0

倾听巴黎街的冷

求背景音乐名字

6月25日

朱玉萍

6月24日

我以为是舒畅呢

6月24日

明天会更好

穿越去哪里?

闫闫_Mystic 作者

为了穿越哈哈哈哈哈

6月24日

明天会更好

口红放到冰箱里, 感觉更爽(◕◕◕)

6月24日

、ZH

有爱评论, 说点儿好听的~

哇~开心耶~

尤悠游酱酱

广告要都像你这样的, 😂我可以看一天

6月25日

恋珊妮 作者

么么哒~开心~会继续加油~

八坨麻麻

好有创意啊, 这个广告我接受。哈哈

6月24日

恋珊妮 作者

感动到哭

鱼楠帅!

是广告也喜欢看

6月24日

恋珊妮 作者

么么哒

服好

6月23日

有爱评论, 说点儿好听的~

6月23日

肖战战.

翻我

6月23日

肖战战.

我不管我不管, 我就是第一

6月23日

@ 点儿好听的~

有爱评论, 说点儿好听的~

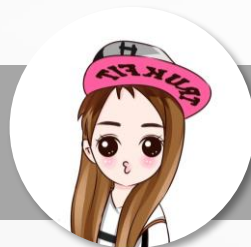
活动预热期，微博话题#全民嗨抢冰箱洗衣机#话题总阅读量852万。

挑战赛期间，抖音平台#活出你的冰爽力#挑战赛参与人数10.6万人，5位KOL达人原创挑战赛视频抖音播放量1004万，点赞量30.5万，互动量31.1万，评论5373条。

挑战赛期间，同步微博话题#活出你的冰爽力#阅读量100万，参与讨论4550。



闫闫_Mystic



恋珊妮



曾宇森



刘宇



小蛋黄omi

品牌曝光数186.9w;

品牌曝光数835.5w;

品牌曝光数24.0w;

品牌曝光数294.0w;

品牌曝光数203.6w;

品牌曝光人数覆盖：**1000万+**