

新希望活润无性别足球赛事件推广

- ◆ 广告主：新希望乳业
- ◆ 所属行业：乳业
- ◆ 执行时间：2018.06.01-07.01
- ◆ 参选类别：内容营销类



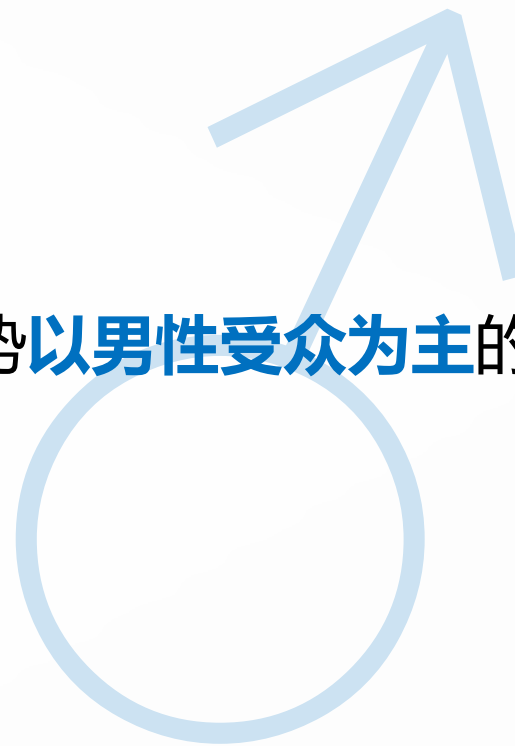
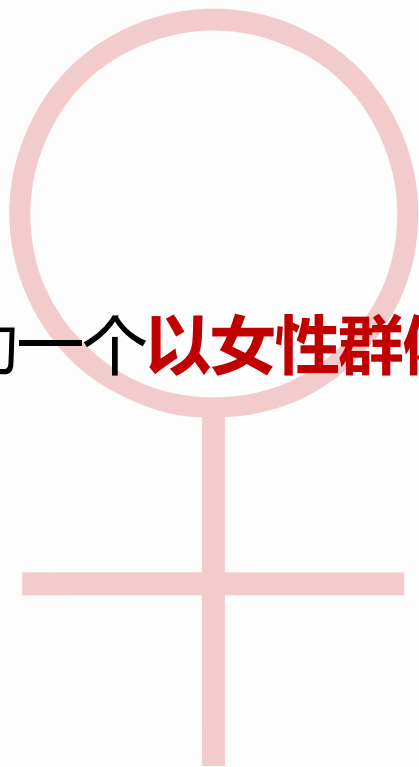
新希望活润酸奶，作为专业肠道功能性酸奶品牌，希望能在**世界杯期间借势营销**，将元气与健康的产品理念传递给消费者。





世界杯是四年一度的男人盛事
对活润的核心女性客群的影响力较弱

如何帮助一个**以女性群体为主**的品牌，借势**以男性受众为主**的世界杯进行推广？



解决办法：

通过 **“男女同权”** 的社会现象，构筑男性与女性消费者的连接点。

将元气的能量，从解决个体问题，延伸到和更多人相关的社会问题。



男女同权

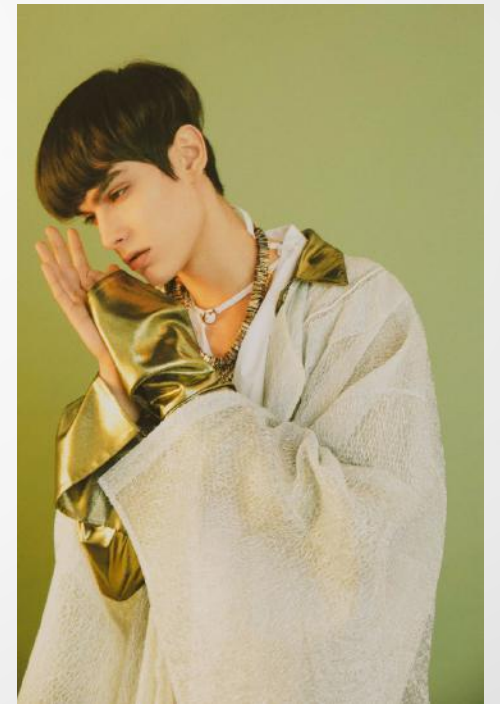
正成为世界的一股潮流



德国柏林市政府官员推广“无性别厕所”



H&M男女可穿的牛仔裤



拒绝标签，忠于自我

如今，世界已变得更平等，但是，**男女同权的观念依然存在差异**





世界杯期间的都市女性，她们一起谈足球，一起呐喊，一起enjoy世界杯
她们不是真的不懂足球，只是在男人眼里她们不懂足球而已

无惧挑战 无惧性别 无惧输赢

我们以“**激活肠道，无惧挑战**”的主题，发起了一场无惧挑战、无惧性别、无惧输赢的“**无性别足球赛事件推广**”。

新希望 | 活润®



——活润元气足球明星赛——

激活肠道 无惧挑战

欧文战队 VS 陈意涵战队

我们邀请了活润品牌代言人元气少女陈意涵，发起了对五冠王追风少年欧文的足球挑战。

用世界足球巨星引流世界杯的热度，用“女人也可以很强”的社会化观点突出重围。



Michael Owen
欧洲足球先生：欧文



7月7日元气女神陈意涵PK前英格兰队五冠王前锋欧文，成都盛大开赛，队员火热招募中，立刻扫码参赛。▶▶▶



陈意涵

活润元气社社长
陈意涵

推广手段



病毒视频



AR抖音



官方小程序



朋友圈广告



线下挑战赛

病毒视频整合产品卖点和足球借势：足球+活润=无惧挑战

围绕“元气给身体勇气，有元气才能无惧挑战”的概念，结合世界杯的热点、欧文/陈意涵两大明星效应，以系列病毒视频开启活润世界杯的无性别赛场。视频核心概念“踢走身体坏状态”，结合产品功能，选取世界杯的生活场景，上演男女之间的世纪大战，以推推舞作为消费者可参与的互动。



视频链接：

<http://v.qq.com/x/page/v0689426h09.html>

运用时下流行的互动创意，连接产品和消费者

在互动创意上，利用了时下热门的AR互动、抖音挑战赛，打通从产品到消费者的沟通通路，其中AR互动参与72万人次。



活润官方小程序紧贴世界杯，用竞猜、粉丝PK形成粘性

在明星粉丝运营上，在活润元气社官方平台开启“活润世界杯”竞猜，热点追踪+元气少女vs追风少年的明星粉丝大PK，促进社群粘性沉淀活动影响。



葡萄牙VS西班牙 赛前海报



葡萄牙VS西班牙 赛后海报

朋友圈广告定向精准沟通目标消费者

男女大战病毒视频投放+无性别足球明星赛预热报名，核心销售区域超290万次曝光，触达人群超过120万人次。



2018 活润元气足球明星赛7.7

青者不过几届世界杯
人不逾风狂少年
让我们追随欧文的脚步
和元气少女一起
用双脚丈量青春

陈意涵
欧文

ACTIVITY REGISTRATION

点击上方按钮即可
带上球，带上球，快来报名吧
点击“活动报名”了解详情

点击报名

奖品

1. 7月7日活润元气足球明星赛入场券
2. 欧文、陈意涵签名球衣
3. 活润元气鞋
4. 高颜值奖杯定制

（本福利仅限本人使用，不得本人有偿转让，严禁不正当商业行为！）

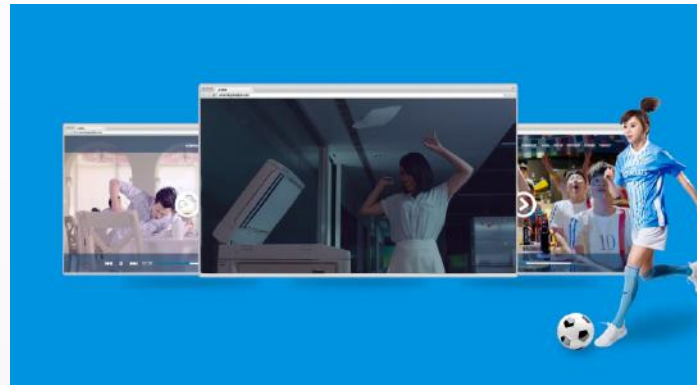
欧文与陈意涵同场竞技，“无性别足球赛”形成社会热点事件

7月7日落地成都，元气少女陈意涵挑战追风少年欧文，面对面的男女对抗发起这个夏天最燃的无性别明星足球挑战赛，四百张入场券供不应求，元气给身体勇气，有元气才能无惧挑战的概念进一步落地。



案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<https://v.qq.com/x/page/y07758xxgzp.html?>



效果：成功通过一系列自带话题和流量的互动传播，在世界杯期间为活润赢得一定声量。

