

蒙牛×天猫超级品牌日

这个冬天给你一杯37°C的温暖

广告主：蒙牛

所属行业：食品饮料

执行时间：2018.01.10-01.17

参选类别：电商营销类



蒙牛

天猫超级品牌日

案例视频

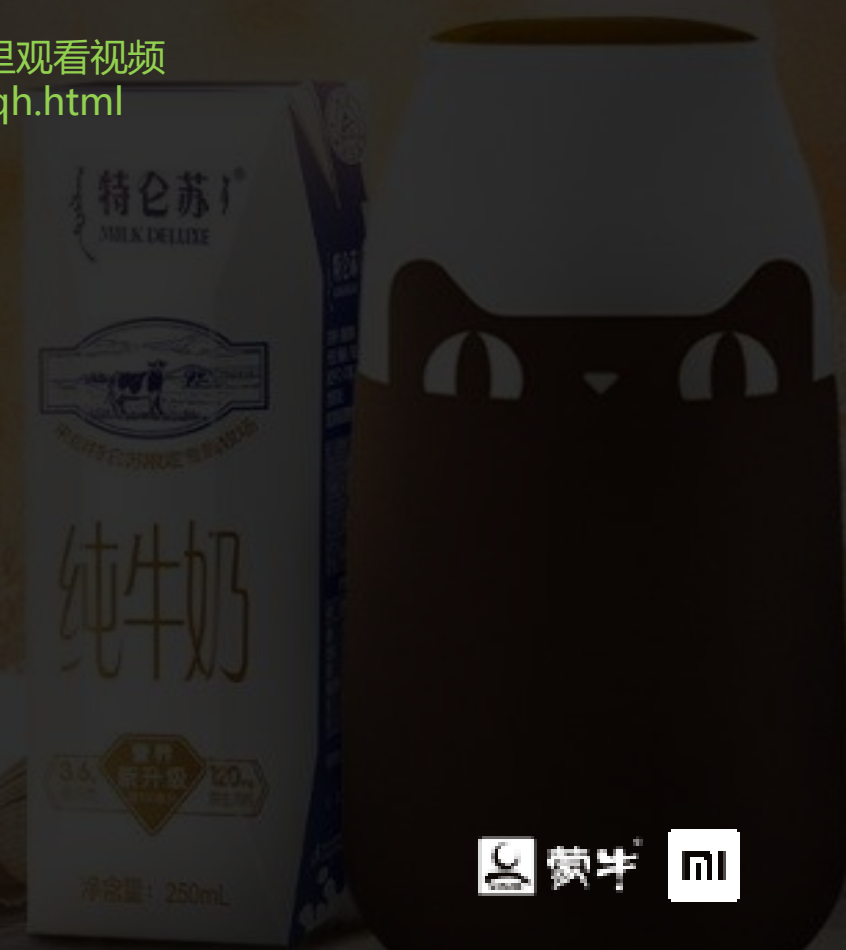
请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
http://www.iqiyi.com/w_19s0pzneqh.html

或者
扫一扫看视频



这个冬天
给你一杯奶的温暖

MENGNIU × 天猫



营销背景

天猫超级品牌日 ——

天猫强势IP营销活动，致力于打造品牌的双十一。

是一个能给品牌带来媲美双十一的销量，与消费者深度沟通机会的创新营销与媒体平台。

蒙牛 ——

中国领先的乳制品供应商，全球乳业10强。

作为传统乳品企业，希望创造品牌活力、创新力，吸引年轻消费者，提升全年销量。

营销挑战

截止17年，**从未有过**一个乳品牌登上超品日！

蒙牛如何
突破固有形象，
玩出创新模式？

活动期间营销模
式百变，**品牌脱**
颖而出难度大。

蒙牛作为传统乳
企，**如何参与提**
升销量&品牌。

营销目标

 蒙牛[®] 希望成为**第一个**成功登上天猫超级品牌日的**乳业品牌!**

创新营销模式
树立行业标杆

打破传统形象
拉动年轻群体
提升品牌美誉度

吸引消费者
助力全年销量

创意洞察

在冬日，让用户便捷地获取牛奶的能量！

时间
节点

推广时期正值**冬季**
人们更需要**热饮**

喝奶
体验

过热：营养流失
过凉：身体不适

传统
习惯

获得热牛奶
方式较**麻烦**

情感
诉求

都市人群
压力大、倍感**孤单**

创意策略

这个冬天给你一杯37°C的温暖

智能牛奶杯，创新科技赋予传统品牌全新营销解决方案

深入定制：创造品牌爆品

市场唯一：具备独家新颖感

智能科技：加持产品智能体验



亮点1——智能科技加持，让杯子也懂你

**37°C
牛奶提醒**

当瓶内牛奶达到37°最佳饮用温度的时候，杯顶测温屏显实时“Milk”提示

**智能识别
杯中液体**

智能识别杯中液体，采取不同提醒。
例如：water 45-55°，coffee 80-90°

**智能设置
饮用提醒**

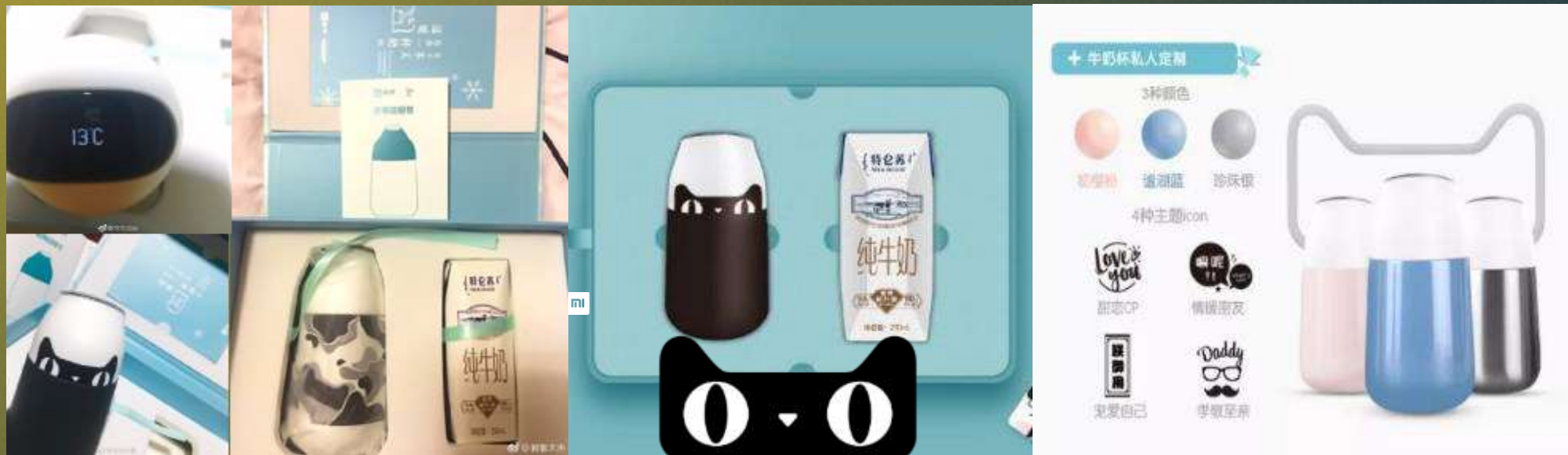
左右滑动定时功能，温馨设置饮用提醒。



亮点2——主题私人订制定制，打造你的专属牛奶杯

线上限量发售3000个“37°C 暖心礼盒”

牛奶杯可在线私人定制，通过四大主题打造你的**专属“37°C 暖心牛奶杯”**。



礼盒天猫独家首发

亮点3——360°温暖营销，助力37°牛奶杯立体多维吸引用户



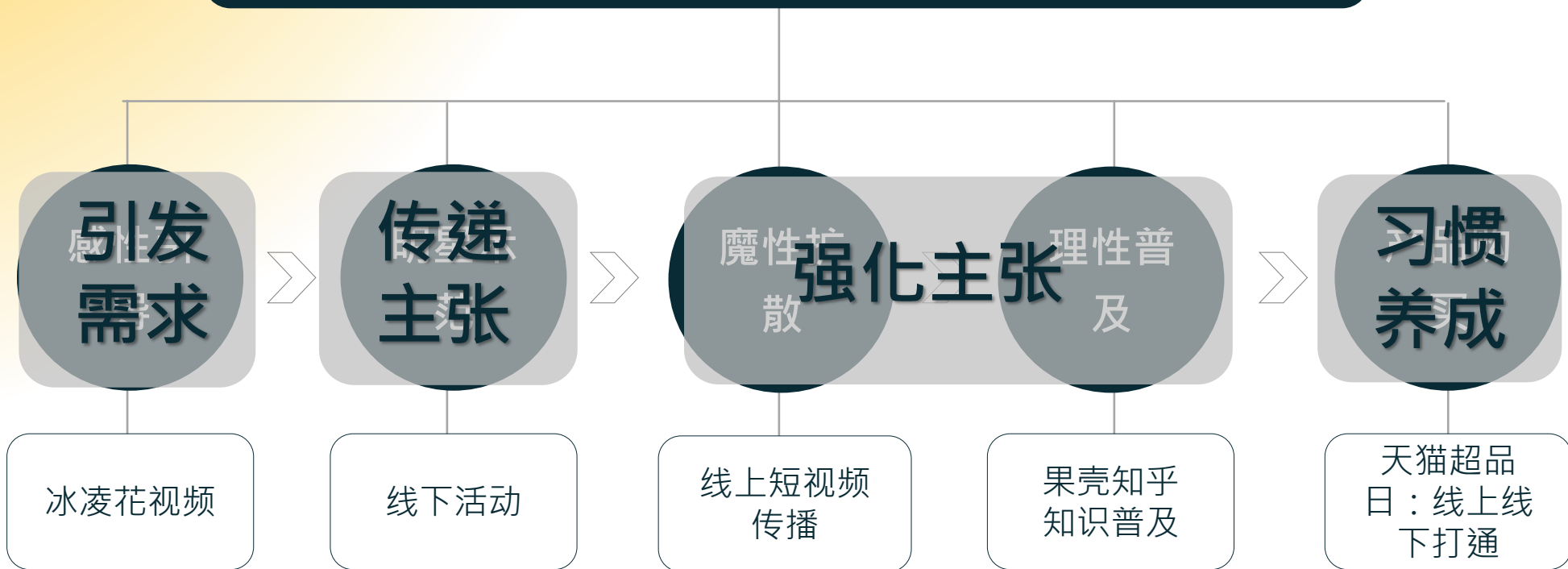
37°C暖心传递

37°C暖心置入

37°C话题传播

媒介执行

这个冬天，给你一杯37°C的温暖



37°C暖心传递——冰凌花创意视频，用故事升温牛奶

三个小故事直击“这个冬天，给你一杯奶的温暖” Slogan，在社交媒体上引发了现象级传播。



【视频链接】 http://www.iqiyi.com/w_19s0echax9.html

37°C暖心置入——线下

37°C巨型互动装置，真实感受“温暖的力量”



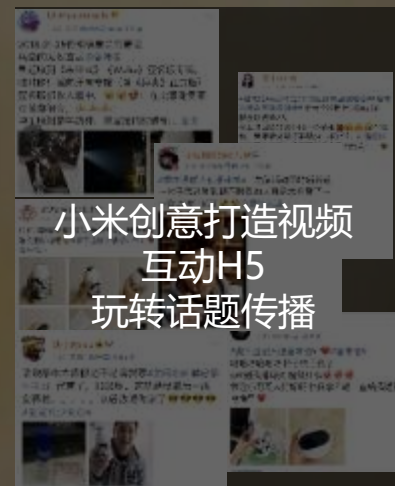
现实体感
「37°C杯巨型装置」



37°C暖心置入——线上

创意定制37°男神超暖H5，提升话题度，引爆活动传播

为引爆话题，蒙牛邀请潘玮柏作为此次活动的37度男神，为产品代言



37°C话题传播——360°全场景覆盖媒介策略

通过五大场景，以明星主导拉升热度，形成#一杯奶的温暖#社交平台热门话题。



娱乐场景

- 新浪微博（明星及相关话题、KOL）天猫直播（明星直播互动）、秒拍、抖音

知识场景

- 知乎、果壳（关于37度温度刚好的牛奶、“牛奶不用趁热喝”）

资讯场景

- 一点资讯、新浪、搜狐、网易等，明星参与线下活动新闻，品牌PR稿件，产品促销信息等

搜索场景

- 小米手机

客厅场景

- 小米电视

营销效果——有效提升品牌价值！

成为**第一个**登上天猫超级品牌日的**乳业品牌！**

截止当日24点，蒙牛官方旗舰店粉丝数**超245.6万！**

品牌自发话题“一杯奶的温暖”上线4天**1.5亿+**曝光

讨论量**9.8万！** 潘玮柏H5破**100w**浏览！

冰凌花故事《一杯奶的温暖》3天内获得了**785万次**观看！



客户提供数据+自有后台数据，并经客户认可

营销效果——创造全年销售高峰！

活动日当天**24小时**蒙牛天猫超品日整体销售**破1500万！**

单日成交量相当于历史日均销售量的**30倍！** 乳制品行业排名**NO.1！**

蒙牛独家首发定制礼盒**超8000个**，**1小时**一扫而空！

客户提供数据+自有后台数据，并经客户认可

营销效果——消费者反响热烈!



营销效果——客户反馈极佳!



蒙牛品牌策略系统数字化营销中心创意总监 戴晓磊

感谢小米提供的“这个冬天给你一杯37°C的温暖”智能保温杯方案，**不仅帮助我们打动了消费者，同时帮助我们赢得了“天猫超品日”这个超级资源**，希望日后能够有更加紧密的合作打造创新营销案例!



蒙牛

天猫超级品牌日

传播与影响力

突破性——

突破传统硬件固化合作方式，开创智能深度合作新模式

创新性——

通过硬件定制帮助客户，打造差异性带动产品销售转化

复制性——

发挥小米核心硬件优势，创造更多领域硬件深度合作案例

