

2017小天鹅水魔方冷水洗涤传播推广 “就是洗欢冷”

- ◆ 广告主：小天鹅
- ◆ 所属行业：家电
- ◆ 执行时间：2017.11.02-11.25
- ◆ 参选类别：创意H5营销类

背景：

小天鹅水魔方技术是滚筒洗衣机领域的革命性创新，获得全球最具权威的认证机构——德国VDE测试中心霸气认证，能够解决滚筒洗衣机加热洗衣对衣物造成的变形、褪色、费电等问题。

目标：

该项目的目标是揭露冷水洗衣的危害并为受众建立小天鹅水魔方冷水洗涤技术的洗衣优势，用直观且娱乐化的方式与年轻人沟通护色、护形、洗净、节能的四大卖点。

挑战&困境：

在滚筒洗衣机领域，大部分产品均为加温热水洗衣技术，大众并没有认清热水洗衣的劣势，反而会认为热水洗衣比冷水更加洁净。

在家电消费主力成为85、90后的年轻族群时，如何用年轻人感兴趣的方式来沟通如此细微的功能差异，激发对冷水洗涤技术的需求，是本项目需要克服的挑战。

洞察：

在对比冷水洗衣和热水洗衣的过程中，我们发现冷比热好的情况不仅存在于洗衣这件事，上升到精神层面，更是一种社会现象与价值观的碰撞。

在发展超速的当代社会，“热”已成为一股亟待浇灭的浮躁之势：

炒房、炒股、炒作上位.....

热血键盘侠、网红流水线、爆款文洗脑.....

互联网为整个时代加温，网络文化与生存压力烹制出整个社会的浮躁与焦虑。

热让美好贬值、让焦虑升温、让人们放弃思考。

所以人们开始向往社会冷下来：

无印良品的性冷淡风、苹果的极简风

薛之谦的冷幽默、鬼怪大叔的禁欲系

人们的审美和品味在冷却下来

冷代表着一种克制、智慧、高级。

策略：

“冷”作为产品力的感官化延伸，既符合族群痛点，又符合年轻人对泛娱乐化内容的兴趣点，同时有利于塑造风趣智慧品牌形象。

因此我们的策略是围绕“冷”，延展产品卖点连结族群痛点，打通感官与精神冷点，冷面揭露“热”宗罪，开启360°全景沉浸式冷感体验，完成一次对冷洗的深度告白。

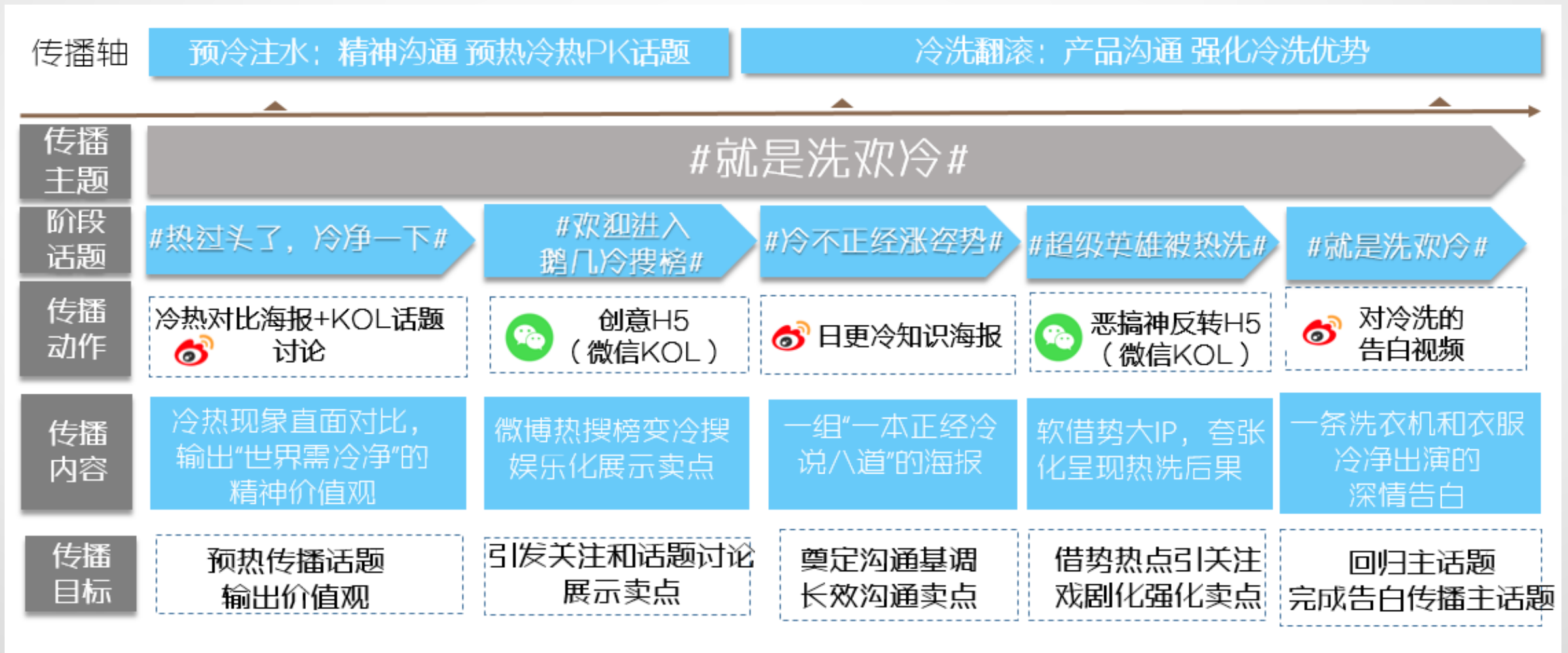
营销传播创新点：

冷文化：从薛之谦的冷段子到李诞的《吐槽大会》，有梗有槽点的冷幽默越来越受年轻人欢迎。小天鹅本次传播从视频到海报H5均“大唱冷调”，用一种幽默中的智慧拉近与年轻人的距离。成为热闹浮躁营销中的一股“冷流”。

卖点的感官化沟通：为了展现冷洗比热洗好的优势，我们从视觉、内容、沟通强调上全面“冷”化，从批判热现象落实到热洗的危害，让受众能够从感官上直观感受到冷洗的优势。从理性感性，精神和卖点全面沟通产品力。

反差式对比：为了强调热洗的危害，我们用夸张式的方式对比冷热的差别，不论是热搜变冷搜，还是超级英雄变身失败的糟糕后果，都用强反差的方式表现了冷洗的优势。“就是洗欢冷”的视频则用污里自带传播力的方式反差表现了冷洗护色护形洁净的卖点。所以反差对比是本次传播主要使用的内容表现手法。

执行传播流程：（主传播阵地为双微平台）



1. 预热海报



#热过头了，冷净一下#



KOL直发预热海报



英国报姐

11-2 14:00 来自 微博weibo.com

#实力秒杀戏精#你feel到了吗？生活过“热”正让美好贬值，让焦虑极速升温，习惯被热带节奏的我们正渐渐放弃思考…浇灭热现象浮躁气焰，是时候和小天鹅来一场冷冻三尺的全民降温！#热过头了冷净一下#小天鹅水魔方冷水洗涤，护色不变形，节能更干净，就是洗欢冷~ 打开正确的“冷水”洗衣姿势！猛戳 [网页链接](#)



815



然后下面就没了

11月2日 14:35 来自 微博weibo.com

#实力秒杀戏精#对号入座！热过头的是你吗？走你→两眼一睁开刷模式ON：网红爆款都在穿，赶紧下单买买买。敢抢我老公？键盘码字呛死她！疯转锦鲤求临幸，睡前10碗热鸡汤，你#热过头了冷净一下#！小天鹅水魔方冷水洗涤，护色不变形，节能更干净，浇灭热现象嚣张气焰，就是洗欢冷~“冷水”洗涤更有料！猛戳

[网页链接](#)



收藏

810

595

744

微博KOL：英国报姐、然后下面就没了

英国报姐：阅读量282.3W，互动量2,156次

然后下面就没了：阅读量260.3W，互动量1,981

* 两条微博的阅读量及互动量较高，内容得到有效传播

* 英国报姐的阅读量及互动量均高于然后下面就没了

2. 预热冷搜H5



<http://event.mediacn.cn/littleswan/201711/lengsoubang/>



模拟微博首页



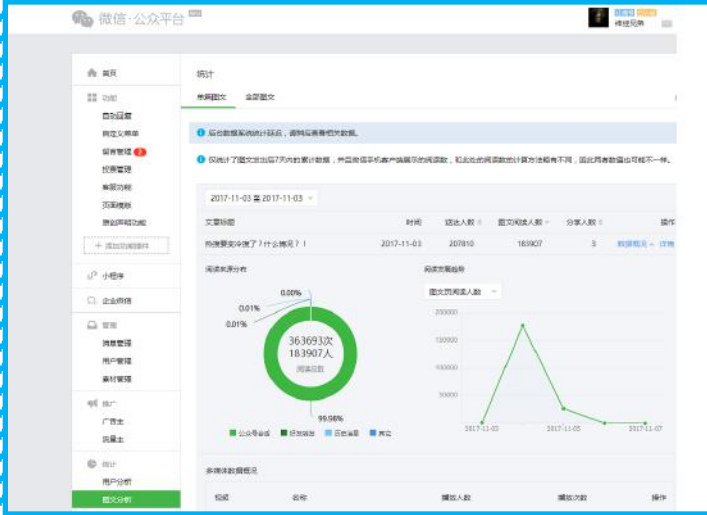
模拟微博首页过渡页



微博热搜页



鹅几冷搜榜



微信投放截图

贴吧小君

国内某社交平台功能重大升级!热搜变冷搜?

2017-11-03 贴吧小君



微信KOL: 神经兄弟、贴吧小君

神经兄弟: 阅读量32.99W

贴吧小君: 阅读量36.37W

* 冷搜榜H5在微信投放中, 阅读量均在30W以上, 其中贴吧小君阅读量较高。

3.日更冷知识海报




(共21张)

LittleSwan

据最新投票显示，最受男士欢迎的衣服TOP3分别为：

- 第三名球衣!
- 第二名睡衣!
- 第一名波多野结衣...



(((o)))o...

LittleSwan

某宝买家秀与卖家秀的差距，并不是买家与模特身材的差距。



秀 颜 潮

而是衣服上身前，会经历两次掉色：一层是水洗，一层是滤镜。

LittleSwan

专家建议各大公司将茶水间改造为洗衣房将有效提高工作效率。

~~茶水间~~

↓ 消除困意

洗衣房

数据显示，从消除困意的效果来看，洗衣服比喝咖啡高出20%，因为人逢洗事精神爽。

LittleSwan

据传，潘老师录制《白夜追凶》片尾曲《白天不懂夜的黑》时，由于误把关队大衣扔进洗衣机，最终录出一首《天灰灰》。

天哦哦~
累哦哦~



小天鹅水魔方冷水洗涤
穿透水流和关队一样犀利，黑白分明更护色



微博KOL：大神说、一起神吐槽

大神说：阅读量239W，互动量2,234次

一起神吐槽：阅读量70.6W，互动量1,665次

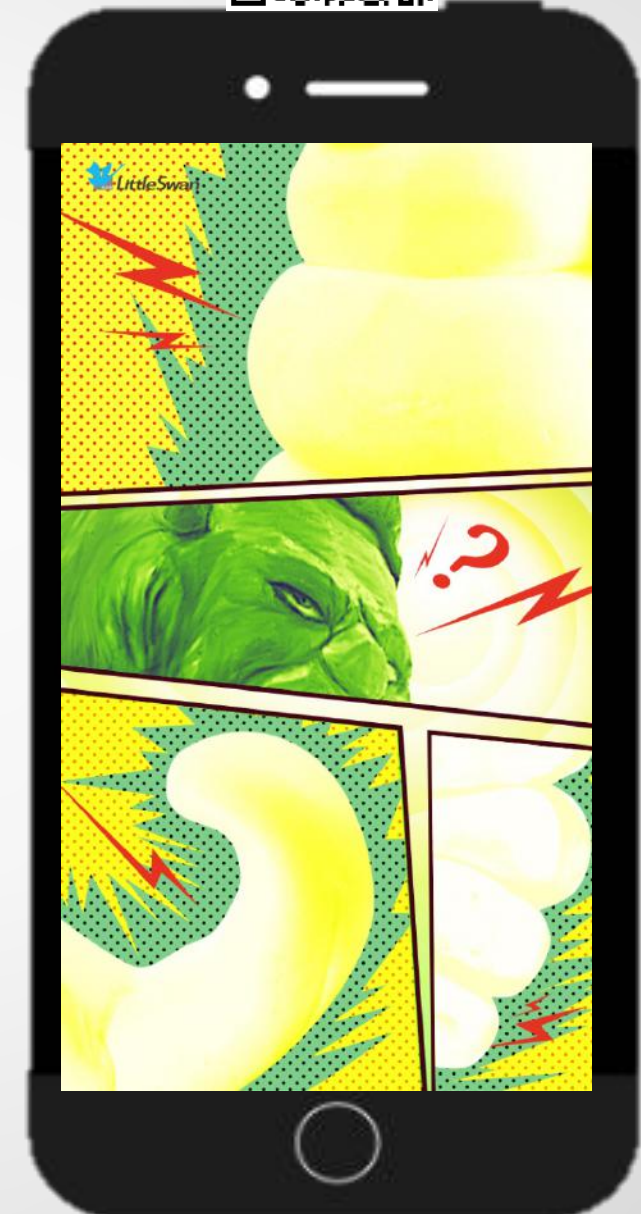
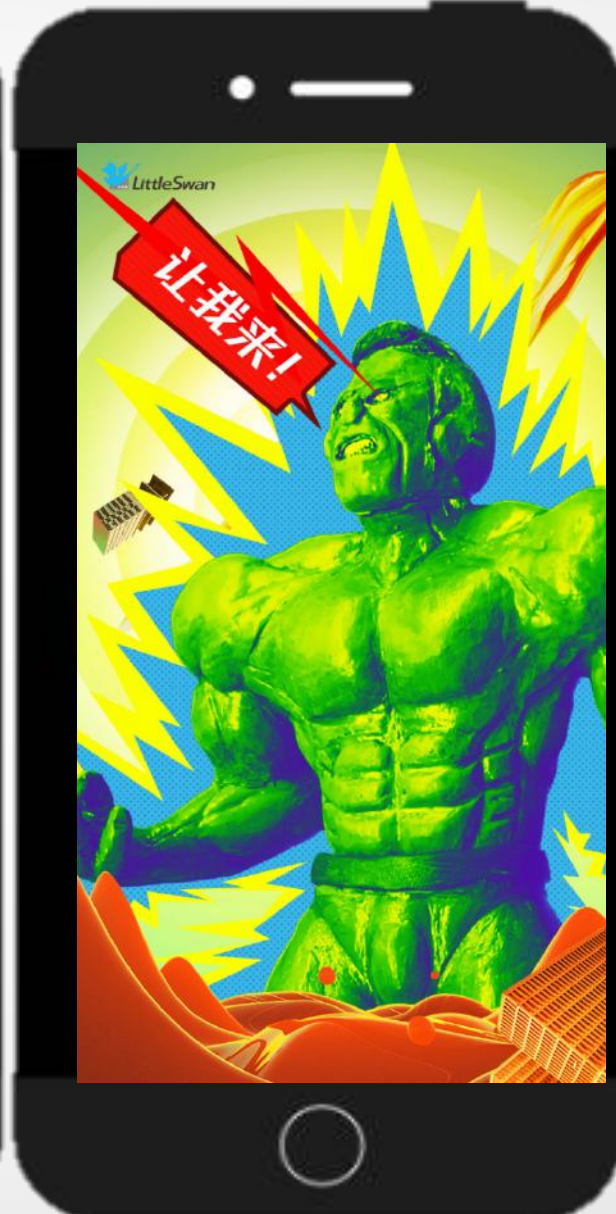
* 两条微博的阅读量及互动量较高，内容得到有效传播

* 大神说阅读量及互动量明显高于一起神吐槽

4. 发酵期恶搞创意H5



<http://event.mediacn.cn/littleswan/201711/chaoren/>





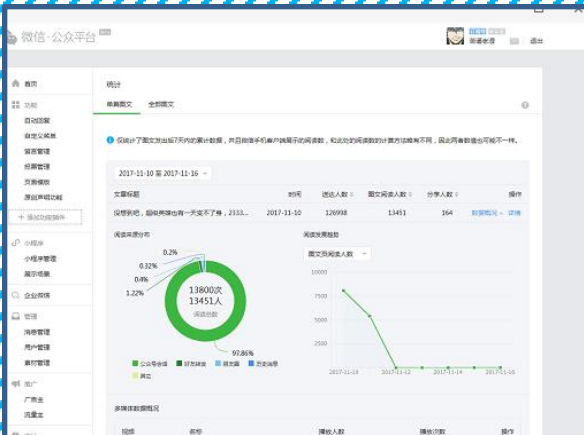
绿巨人变身大白



揭露变身失败原因



产品落地页



返回 英国那些事儿

在热力入侵地球的那一天，超级英雄被热洗.....

2017-11-10 英国那些事儿

在漫威老爷爷的笔下，地球粑粑可真是脆弱的瓷娃娃，三天两头就遭受攻击。

这不，又有一股神秘热量入侵地球，地球粑粑又双叒陷入危机了！真是熏疼！



这个时候就该超级英雄们上场表演了，

微信KOL：咸贵人、苦逼老湿、英国那些事儿

咸贵人：阅读量3.75W

苦逼老湿：阅读量1.38W

英国那些事儿：阅读量2.29W

* 英雄H5在微信投放中，**咸贵人**阅读量及转发量较高。

5. 发酵期病毒视频

视频链接：<http://t.cn/RTos8nI>

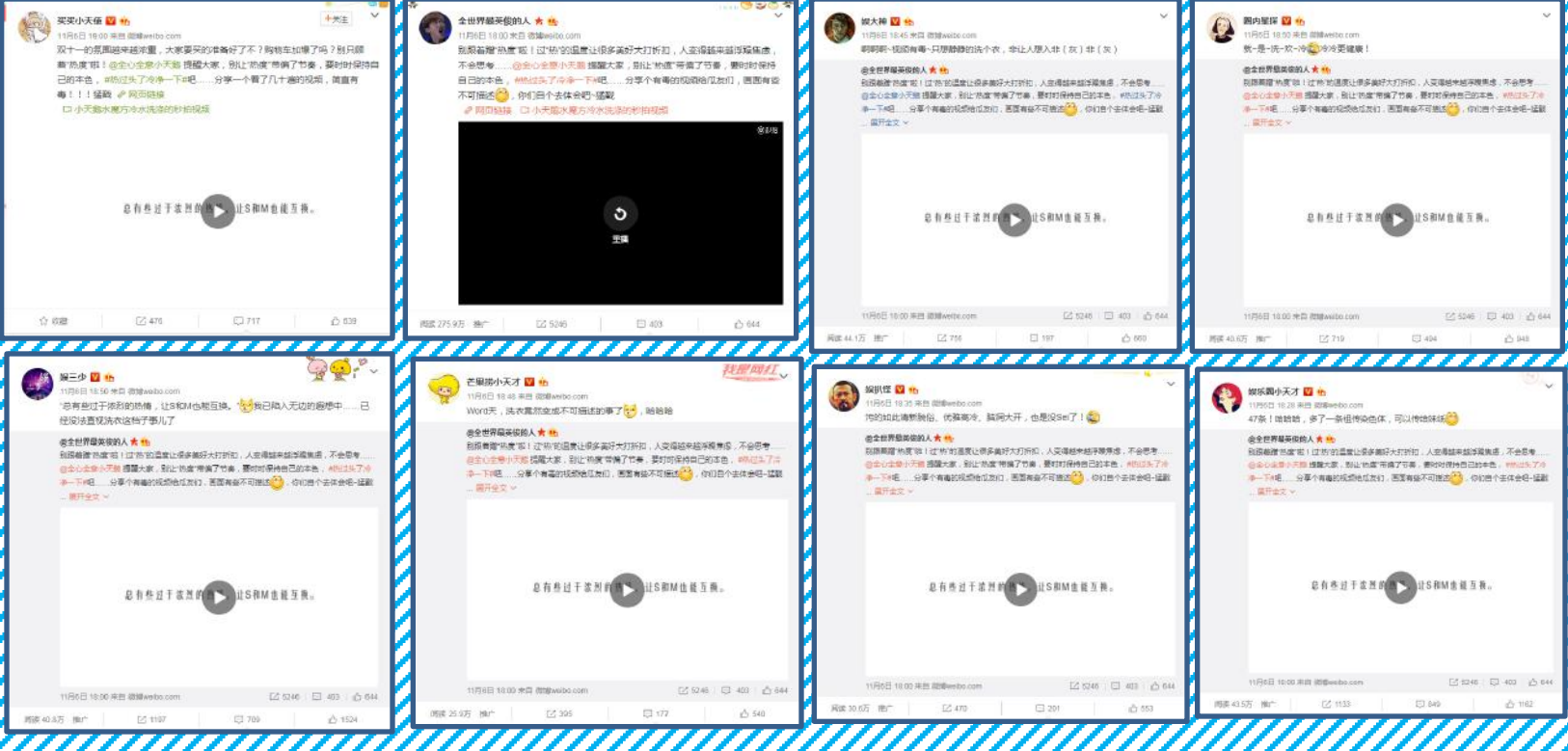
视频文案：

一被泡就很**紧脏**，
不想做你第47条**染色体**。——（冷水洗衣更护色）
总有些过于浓烈的**热情**，
让S和M也能**互换**。——（冷水洗衣不变形）
谁都有想**洗白**的过去，
但不见得都洗得干净。——（冷水洗衣更干净）
不喜欢暧昧**纠缠**，——（水魔方洗衣不缠绕）
不来硬的自然而然做自己——（超级水流系统）
就是洗欢冷。

小天鹅水魔方冷水洗衣，就~是~洗~欢~冷~



小天鹅水魔方冷水洗衣，就~是~洗~欢~冷~



冷水洗涤视频投放截图

直发微博KOL：买买小天使、全世界最英俊的人

转发KOL：娱乐圈小天才、娱三少、娱扒怪、娱大神、圈内星探、芒果捞小天才

买买小天使：阅读量72.3W，互动量1,834次

全世界最英俊的人：阅读量275.9W，互动量6,293次

转发：阅读量225.5W，互动量18,237次

* 冷水洗涤视频在本项目微博投放中，互动量最高的内容，且互动质量高，KOL与粉丝互动较多。

* 全世界最英俊的人的阅读量及互动量均高于买买小天使

传播效果：

品牌贡献Brand：成功助推小天鹅品牌年轻化，为其打造睿智有趣的冷幽默社会化形象，使得冷水洗衣的卖点更加形象可触摸
用户关系 User Relationship：**互动量达30597次**，经过舆论监测，部分受众已开始关注小天鹅水魔方冷洗产品功能
传播力 Communication Power：传播期间共发布29条微博，5条微信，投放曝光量高达**1507.68W次**
创新力 Innovation：家电产品的卖点感官化沟通，360度感官式沟通卖点，成为家电品类冷段子第一人

客户反馈：

本次项目我们市场品牌方的目标是，针对目前洗衣机行业竞争态势及主推产品，线上线下联动，带来品牌大曝光和消费者对品牌好感度的提升。

本次推广的是我们中高端洗衣机产品，有着极强的技术领先优势，而技术本身很难直接与消费者进行沟通，所以我们想借由此次传播来推我们的产品，切实把握消费者痛点，希望通过一系列的传播互动形成行业口碑和用户口碑。

本次项目中，聚胜万合广告有限公司通过核心卖点分析，形成全套推广方案，互动玩法新颖，能够引起并将消费者的好感持续，最终落位产品；项目中的视频创意尤为新颖，将技术和痛点相结合，形成品牌印记，从而形成品牌的大曝光，我们对此次的项目完成效果还是比较满意的，期待下次的继续深度合作。