

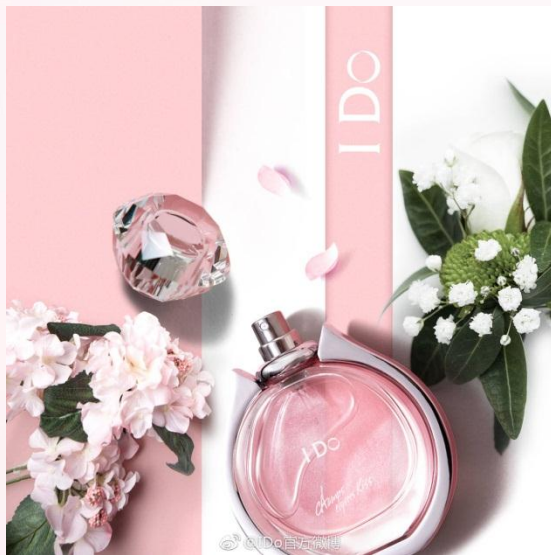
I DO

恋爱的味道

- ◆ 广告主：恒信玺利实业股份有限公司
- ◆ 所属行业：珠宝
- ◆ 执行时间：2018.04.29-06.01
- ◆ 参选类别：内容营销类

营销背景

2018年，表达“温暖情感”的珠宝品牌I Do首次跨界呈现
诠释“爱的味道”的高级香氛——I Do香榭之吻淡香水系列



营销目标

珠宝品牌I Do首次跨界推出：I Do香榭之吻淡香水系列
让I Do的跨界作品能够在大牌云集的香水界成功捕获消费者的注意力
获得令人满意的销量，进一步塑造品牌形象，扩大品牌声量



营销挑战

作为I Do首次跨界香水的第一波Campaign
如何结合品牌调性进行产品推广、并在新品上市后迅速打开年轻市场
是此次营销战役中CCE面对的一个重大挑战

品牌洞察



品牌层面

I Do是主打婚恋的珠宝品牌
品牌基因：美好的情感表达



产品层面

以钻石为灵感、传递恋爱味道的I Do香水
为你带来浪漫爱情气息的感官新体验



创意核心

将I Do香水打造成传情达意的超级符号
一款会撩人的香水



符合年轻人的新爱情观
——撩文化

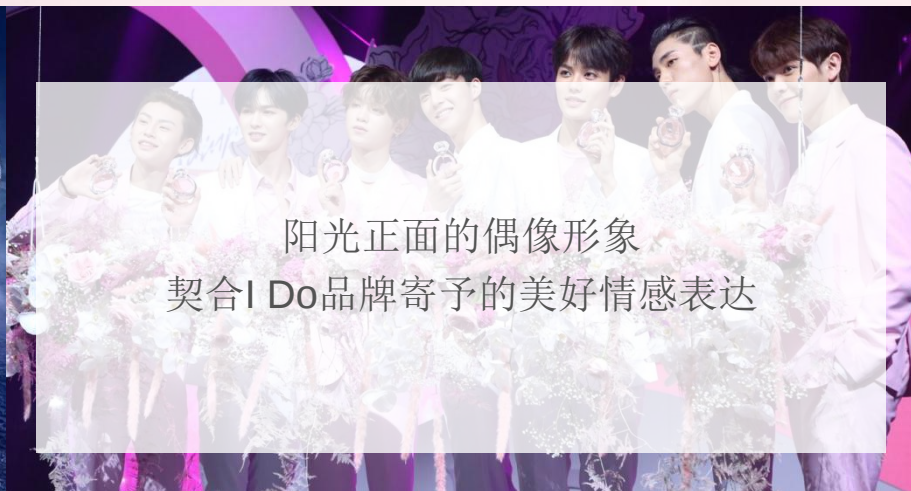
符合年轻人的社交习惯
——用@表达爱意

营销策略

玩转粉丝经济 借助超级偶像NINE PERCENT引爆产品



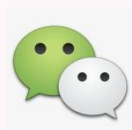
频繁霸占各大热搜榜
在国内拥有超高人气和流量



阳光正面的偶像形象
契合I Do品牌寄予的美好情感表达

媒介策略

四大平台



节奏性内容输出



大流量媒体引爆**BIG DAY**



垂直细分媒体进一步扩大人群触点，
全方位覆盖年轻人碎片化场景



Social KOL和众多**PR**稿增加外围曝光

A soft-focus background of a pink rose, with the petals showing delicate textures and a range of pink hues from light to deep magenta. The rose is centered and slightly out of focus, creating a dreamy, romantic atmosphere.

I Do

执行过程

ROADMAP

I Do香水

恋爱的味道，I Do的味道

4.29

5.15

5.28

6.01

TIME

发布悬念海报

微信朋友圈广告

发布拍摄花絮

上海徐家汇+9号线
宠粉专列

微博+抖音开机屏

CONTENT

微信+微博+小红书+抖音 四大平台social传播

微博发布悬念海报，引粉丝大范围猜想



发布时间：2018年4月29日

配合此次campaign，围绕NINE PERCENT标志性”9”符号发布悬念海报，成功引起大量用户的关注度和兴趣，该条微博转发量达**148W**，用户的积极参与为I Do香水的发布积攒了极大的前期声量。

大曝光媒体：微信朋友圈原生广告投放



上线时间：2018年5月15日

借助偶像人气团体NINE PERCENT作为品牌代言人
最大化转化粉丝经济，达到投放效果最大化

大曝光媒体：新浪微博&抖音一开屏广告



上线时间：2018年5月15日

微博/抖音作为年轻人高频使用的媒体，聚集大量年轻用户群体，互动性强，通过投放微博/抖音APP开屏页，有效传播I Do香水“恋爱的味道”，让更多用户参与进来，导流用户。

大曝光媒体：新浪微博持续发布团体/单人代言视频及花絮

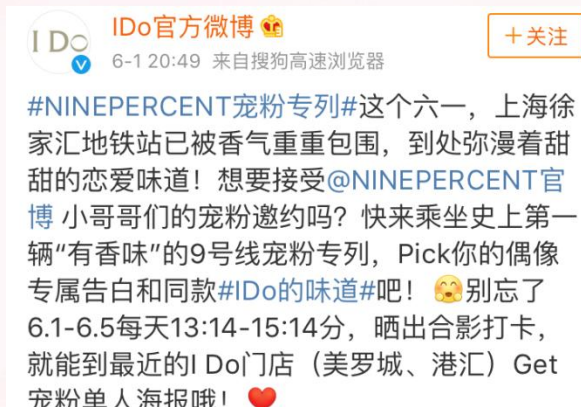
从5月15日一直持续到6月初，不断发布NINE PERCENT代言相关视频及花絮，撩动粉丝心弦，扩大品牌声量。



上海9号线“宠粉专列” 联动线上线

发布时间：2018年6月1日

将上海徐家汇地铁站还原成NINE PERCENT的香水摄影棚，将9号线打造成“宠粉专列”，发动粉丝合影打卡，线上线下联动营销，再一次扩大了campaign影响力。



social传播：微信/微博齐发力 KOL持续扩散

通过选择合适的**美妆时尚类**、**种草类**、**本地类**等微信/微博KOL，围绕I Do香水目标年轻消费者，借助“NINE PERCENT效应”，多维度发力，成功植入代言人官宣及I Do香水所承载的“恋爱的味道”概念，引领social平台上的话题讨论与传播，导流用户关注及购买产品。



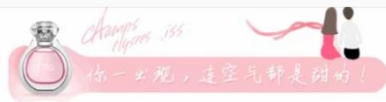
#NINEPERCENT宠粉发布会#爆虐单身狗的520，北鼻们都准备好了吗？美美的衣裙穿起来，再来一抹唇间的斩男色，这样就足够了嘛？NO！！你还需要一款迷人的斩男香去唤起恋爱的味道，就让@IDo官方微博 香榭之吻初绽女士淡香水帮你实现！！作为珠宝品牌I Do跨界的第一款香水... 全文



婚期终于尘埃落定，接下来就要和江老师着手准备婚庆婚戒婚纱等事情了，嗯忙并快乐着周末去I Do专柜逛了一圈，不但戒指美到我纠结症发作无从下手，而且第一时间被@IDo官方微博 这款新出的香榭之吻淡香水吸引住啦！瓶身侧面活脱脱就一颗闪亮的粉色大钻戒，两侧开合的外包装设计，缓缓打开仿佛... 全文



越是临近520，凉儿的内心也越忐忑，有没有人送我礼物呢？而今天凉儿就收到了一份甜蜜的惊喜，就是它——#NINEPERCENT代言 I Do#珠宝品牌I Do跨界推出的首个高级香氛“香榭之吻”系列淡香水！全系列一共有4款香水，3款女香，1款男香，我这瓶是“初绽”女香哦~... 全文



喜欢NINE PERCENT的你
一定不敢想象，有这么一天
一列粉色的地铁开来，车门打开
里面竟然有穿着粉色西装的
NINE PERCENT在等着你



而整辆车厢充满的恋爱香气
更是让无数少女疯狂PICK
因为NINE PERCENT出现时，也有这种香气
绯红的脸庞、加速的心跳
光是闻着恋爱的香气
都感觉自己又恋爱了！

效果&反馈



NINEPERCENT
#宠粉专列#

总体阅读量达

1.1亿

话题讨论量达到

787万



#NINEPERCENT恋爱调香师#

分享

阅读757万 讨论17万



#NINEPERCENT说I Do#

分享

阅读166万 讨论3万



#IDo的味道#

分享

阅读3011万 讨论179万



#NINEPERCENT宠粉发布会#

分享

阅读636万 讨论13万



#NINEPERCENT代言IDo香水#

分享

阅读3586万 讨论359万



#NINEPERCENT宠粉专列#

分享

阅读853万 讨论11万