

一叶子 & 天猫欢聚日营销推广活动

广告主：一叶子

所属行业：美妆行业

执行时间：2018.05

参选类别：电商营销类



- 一叶子品牌冠名的《这！就是街舞》节目，已经在全网引起超高的话题度和关注度。
- 结合《这！就是街舞》节目IP，在天猫欢聚日来临之前策划一叶子专场节目。并联合天猫定制天猫欢聚日活动。
- 报奖视频：
http://v.youku.com/v_show/id_XMzgzMjI0OTY5Mg==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1



提高一叶子天猫欢聚日的全民关注度



一叶子天猫欢聚日销售量的提升



实现品牌和平台的双赢

一叶子借《这就是街舞》节目，在天猫欢聚日来临之际，**结合线下欢聚日活动，外围通过节目、kol、明星等引发话题**，在推广期营造最大声量，为天猫欢聚日造势，实现品牌和平台的双赢。



天猫小黑盒

首发《这！就是街舞》联名定制彩泥套组,下单既有代言人的明信片等豪礼相送。



高互动性H5

一叶子欢聚互动城，四个场馆对应四位《这！就是街舞》种子选手，通过好玩的游戏来集碎片，并最终点亮场馆，赢无门槛券等好礼。



微信、微博kol、明星等推广

一叶子天猫欢聚日信息强露出，最大限度的扩大曝光数和受众人数，引流用户，为一叶子天猫欢聚日造势。



线下513欢聚日路演活动

四位《这就是街舞》种子选手韩宇、阿酸、淋雨、和四大场馆（AR捉猫猫、趣味尬舞机、无人贩卖机、自助照相馆）在上海正大广场一同亮相。四位选手在现场展示舞蹈魅力，并与观众一同玩游戏等。

创意之天猫小黑盒

首发《这！就是街舞》

联名定制彩泥套组,下单

既有代言人的明信片等

豪礼相送。

付款前1000

“深情” call+代言人明信片+人形立牌+30天优酷VIP
+《这！就是街舞》30票投票权益

付款前1001-2000

“唱歌” call+代言人明信片+30天优酷VIP
+《这！就是街舞》30票投票权益

付款前2001-3000

“晚安” call+代言人明信片+30天优酷VIP
+《这！就是街舞》30票投票权益

天猫小黑盒 | One leaf 一叶子®

天猫小黑盒 天猫小黑盒

天猫小黑盒
就要打破习「罐」

这！就是街舞 联名定制彩泥套组

全球首发

创意之513欢聚日路演活动

四位《这就是街舞》种子选手韩宇、阿酸、mango、淋雨、和四大场馆（AR捉猫猫、趣味尬舞机、无人贩卖机、自助照相馆）在上海正大广场一同亮相。四位选手在现场展示舞蹈魅力，与观众一同玩游戏等，并且现场直播此次线下活动。





创意之高互动性H5

一叶子欢聚互动城，四个场馆对应四位《这！就是街舞》种子选手。任意点击四个场馆，可以玩该场馆对应的游戏，游戏结束后获得碎片文字，集齐碎片即可点亮此场馆并获得相应权益。如果成功点亮四个场馆将会有更大的权益。

亮点

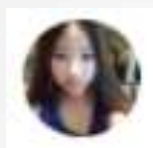
以集碎片的形式激起用户的参与度，并在H5中突出天猫欢聚日信息，促进最终的销售转化



微博kol及明星资源



深夜种草的翠花



Oriol韩小笑



口袋娃娃喵喵



小芮芮爱逗逗



娱小佛



宋祖儿



韩宇531



Bboy阿酸



淋雨Ranny



微信kol资源



YOKA生活



深夜种草



1公斤小姐

创意之微信、微博kol、明星等推广

一叶子天猫欢聚日信息强露出，最大限度的扩大曝光数和受众人数，引流用户，为一叶子天猫欢聚日造势。



宋祖儿lareina

5月13日 11:34 来自 小仙女的iPhone客户端

#我舞法无天# 想知道如何才能成为小“鲜”女嘛？5月13日-5月15日，@一叶子 #天猫欢聚日# 惊喜上线。登陆@一叶子官方旗舰店，和我一起探究成为小“鲜”女的秘诀吧~ @天猫@聚划算@天猫美妆 [网页链接](#)



☆ 收藏

🔗 31614

💬 31556

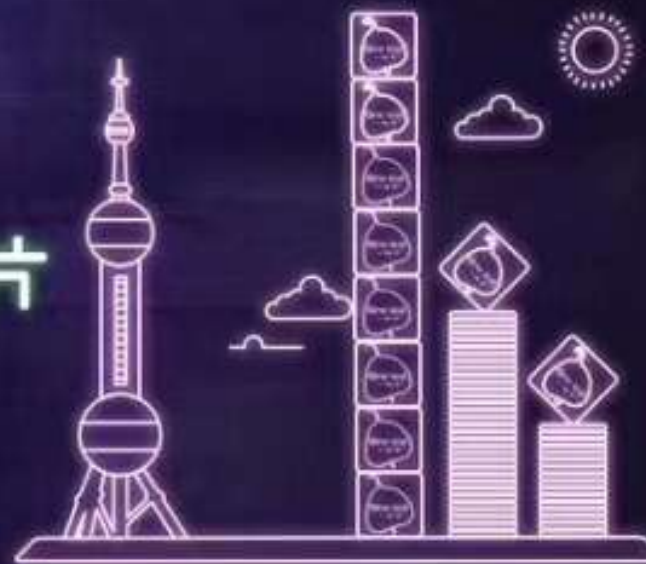
👍 48805

- ⑩ 通过10天左右的媒体传播，总曝光量超过**1,492万人次**；
- ⑩ 其中微博、微信平台kol传播阅读量总计达**1,420万**，覆盖粉丝人数**5,000万**；
- ⑩ H5互动人数**近百万**；
- ⑩ 线下活动超过**5,000人次**参与。活动直播观看人数超过**72万**，打破同行记录；
- ⑩ 一叶子在天猫欢聚日期间销售额突破**2,700万元**；面膜类目单品销量达到**97,925盒**，是同品类的no.1；一叶子旗舰店总计售出面膜**4,083,720片**；

全店总计售出面膜

4,083,720片

单片连起来比1352座
上海东方明珠还高





此次一叶子天猫欢聚日营销活动，将H5互动传播；微博微信明星、kol病毒式传播；线下快闪等活动深度结合，线上线下完美配合，一起打造了一场全民参与的欢聚盛典。



此次活动也使得一叶子品牌的曝光量和关注度大大增长，更使得一叶子天猫欢聚日的销售额等指标取得令人满意的结果。



归根结底，这次一叶子天猫欢聚日的活动是一场很成功的线上线下联动营销，真正做到了全民一起参与，也正如一叶子品牌宣言般，既新鲜又有营养。