



Top
Mobile
Awards

《不卖货的电商节》 传奇今生525社交电商节营销案

- ◆ 广告主：传奇今生
- ◆ 所属行业：个人护理类
- ◆ 执行时间：2019.05.25
- ◆ 参选类别：公益营销类



LEGEND AGE
传奇今生

《不卖货的电商节》

传奇今生525社交电商节营销案



| 企业背景 |

传奇今生，作为社交电商品牌，以“微商”作为主要销售模式。

| 挑战与困境 |

目前“微商”群体，**社会认可度不高**，被误解为“不务正业、投机获利”的行业，但这个群体为这份事业付出努力与坚持，却是不为人知。



目标

提升社交电商从业人员
社会认同感
及传奇今生品牌美誉度

| 目标人群洞察 |

我们发现，社交电商从业人员，他们不像普通上班族朝九晚五，他们的工作远不止“996”，传奇今生深知每一位社交电商人的不易，他们不分昼夜，每周“007”的工作模式，时时在线。





Top
Mobile
Awards

|核心策略|

我们选择525这一天，向24小时 online的电商从业人员致敬！

让他们暂且放下工作，好好爱自己

今天不卖货



|实施步骤1|

我们设计了暂且停顿的“逗号”
作为525电商节icon,
让电商从业人员,统一更换头像
瞬间刷屏整个朋友圈。

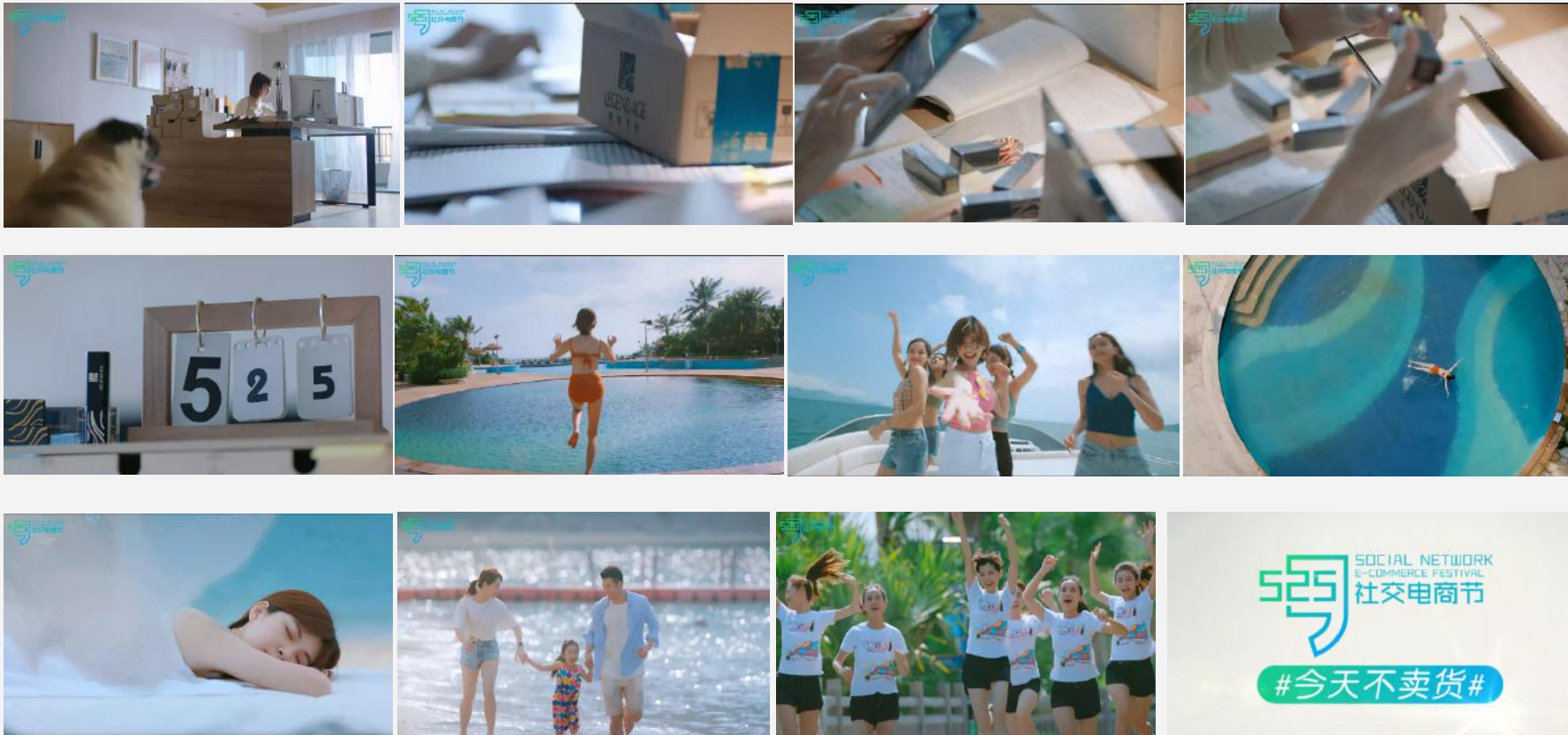




Top
Mobile
Awards

|实施步骤2|

并制作短视频，通过朋友圈及优酷，向电商从业人员发起倡导，这一天好好款待自己



视频链接：
<https://pan.baidu.com/s/1luvRN9TmkXpKtmNUTTfezQ>

传奇今生525视频片创意



Top
Mobile
Awards

| 实施步骤3 |

不卖货，我们要做更有意义的事

525，我们邀请了电商从业发起了一场“城市慈善乐跑”

并由“国民好媳妇亲闺蜜”——海清女士

作为乐跑特邀嘉宾，发起号召！



LEGEND AGE
传奇今生

特邀嘉宾
海清

一起
为爱奔跑

演好戏，做好事，左手家庭右手事业
既是演员的实力派，更是慈善的榜样军

#525为爱奔跑#



|受众参与互动的营销场景|

——5月25日，在广州海心沙亚运公园“城市慈善乐跑”图片——





Top
Mobile
Awards

【525电商节成效】

当天活动参与人数达：**2827人**

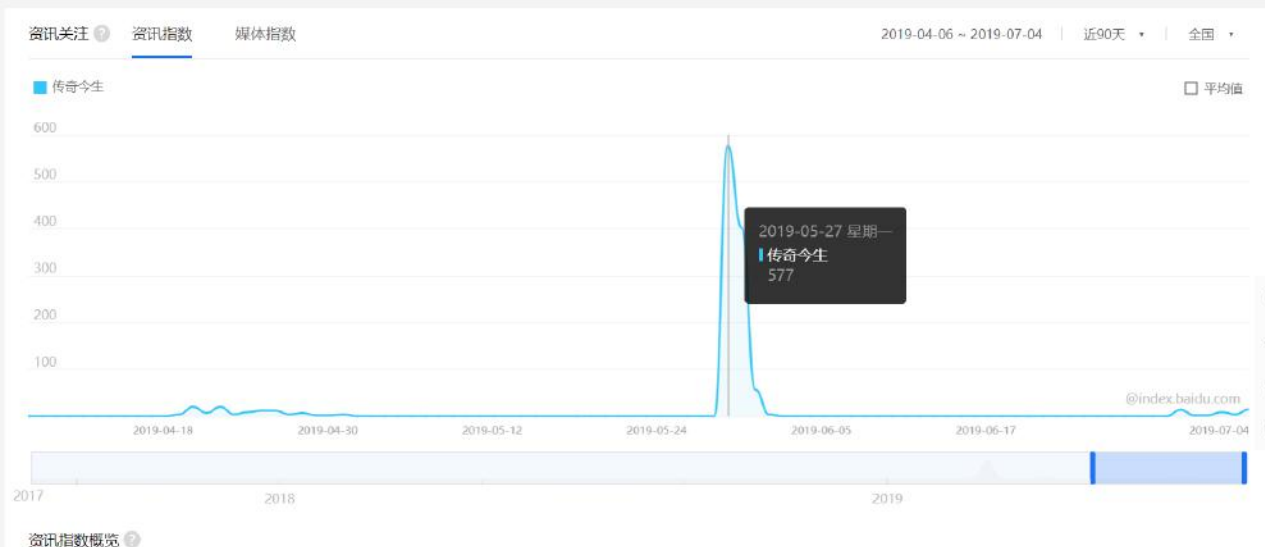
共募捐善款：**341400元**（捐赠对象：小水滴助童新生公益项目）

【525电商节成效】

在百度指输入“传奇今生”，百度指数内的“资讯指数”出现了明显的峰值

5月27日，从早前的“20”飙升到“577”

从百度指数可以看出，5月25日传奇今生慈善城市乐跑已获得多个主流媒体的报道，不断建立传奇今生的正面报导，进一步提升了品牌的美誉度。





Top
Mobile
Awards

【525电商节影响力与口碑】

525，传奇今生发起的社交电商节

没有给社会造成物流压力，没有“催件”的烦恼，没有崩溃的快递小哥

这一天，为爱奔跑，提升美誉度

【525电商节影响力与口碑】

电商节，比比皆是。

双11、双12、618..... 每一个电商节都是购物车的狂欢节

不卖货的电商节，传奇今生第一个做到！