

维他柠檬茶X抖音挑战赛项目

- ◆ **广告主:** 维他柠檬茶
- ◆ **所属行业:** 食品饮料行业
- ◆ **执行时间:** 2019.05.7-2019.05.13
- ◆ **参选类别:** 短视频营销类

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
<https://v.qq.com/x/page/z3001gdq2m2.html>

或者
扫一扫看视频



维他柠檬茶新包装上市，品牌希望与广大年轻消费者互动，增加他们对品牌的好感度，而维他柠檬茶的目标人群是一群热衷短视频、音乐的年轻人，因此选择了目前国内最火同时也是他们喜爱的短视频平台——抖音，打造“够真出涩C位出道”抖音挑战赛，借助短视频与年轻消费者互动，传播“够真才出涩，真茶真柠檬”、“真的喝不够”的品牌信息，从而扩大品牌曝光度以及提升品牌好感度。

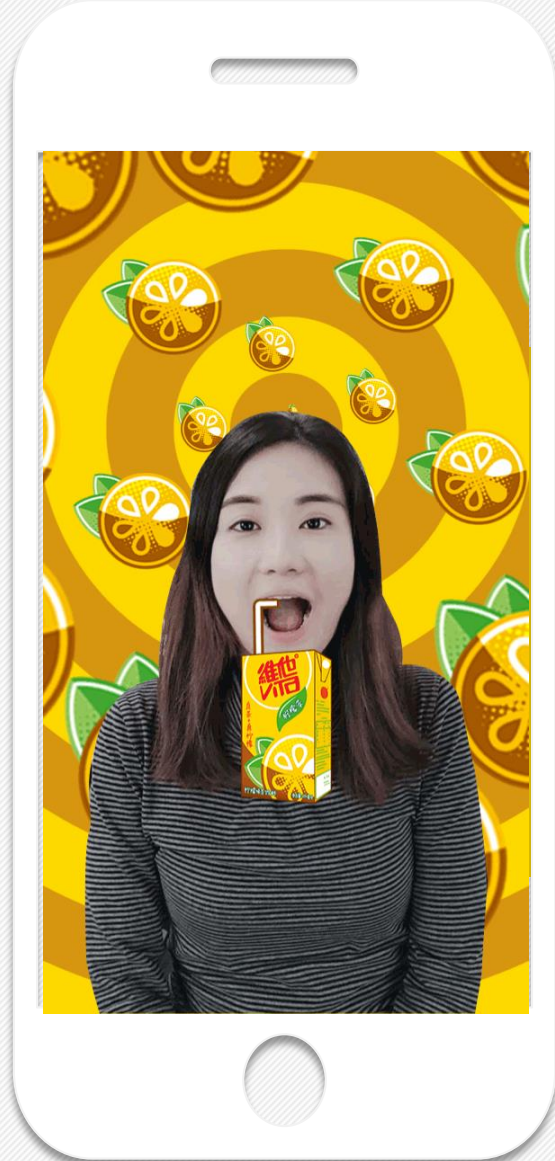
此次短视频营销，围绕着维他柠檬茶核心理念“真茶真柠檬，够真才出涩”，借助短视频强大的互动效果，与年轻消费者沟通、玩到一起，将维他柠檬茶真的喝不够的印象深入消费者心中，提升品牌知名度，引导消费者饮用维他柠檬茶。

在短视频领域品牌如何能引起年轻消费者的共鸣、让他们积极参与其中并感受维他柠檬茶的品牌核心理念，最终实现品牌曝光和增加品牌好感度，也成为此次营销的一个挑战。

维他柠檬茶的目标消费者是一群18至30岁的年轻人，他们热衷于玩音乐、玩社交和展示自我才华。而拍视频就是一次展示自我才华的机会。于是，维他柠檬茶携手国内最受年轻人喜爱的短视频平台——抖音APP，从目标消费者热爱玩乐以及自我展示的洞察出发，开展短视频营销。

围绕维他柠檬茶“真茶真柠檬，够真才出涩”的理念，打造维他柠檬茶“真的喝不够”的核心策略，联合抖音挑战赛，开展“够真出涩C位出道”挑战赛；前期先通过抖音KOL预热，展示不同场景花式喝维他柠檬茶，再通过抖音资源整合曝光品牌挑战赛，最终鼓励用户使用品牌贴纸/音乐/产品，拍摄视频，传达够真出涩、真茶真柠檬、真的喝不够的品牌理念。

此次维他柠檬茶“够真出涩C位出道”抖音挑战赛使用了行业首创的背景贴纸，抢占用户第一视觉，并完美呈现维他柠檬茶全新包装元素，另外还将维他柠檬茶新包装作为脸部动态挂件贴纸展示，用户张嘴即可触发产品，从而展现维他柠檬茶“真的喝不够”，最终维他柠檬茶贴纸登顶抖音食品饮料行业贴纸使用量NO.1。



在媒介上选择了目前用户最多的短视频平台——抖音APP，打造“够真出涩C位出道”7天品牌挑战赛，并定制行业首创背景贴纸以及维他柠檬茶新包装脸部挂件，花式创意占据用户视觉，并鼓励用户使用品牌贴纸/音乐/产品，拍摄视频，表现花式喝维他柠檬茶，从而强化品牌“真的喝不够”的记忆点。

Step 1

选择多维度达人，塑造维他柠檬茶变装喝、跳舞喝、随时随地都能喝的freestyle

抖音达人率先预热
花式喝维他，怎么都喝不够



运镜风格
喝维他柠檬茶



二次元风格
喝维他柠檬茶



手指舞
喝维他柠檬茶

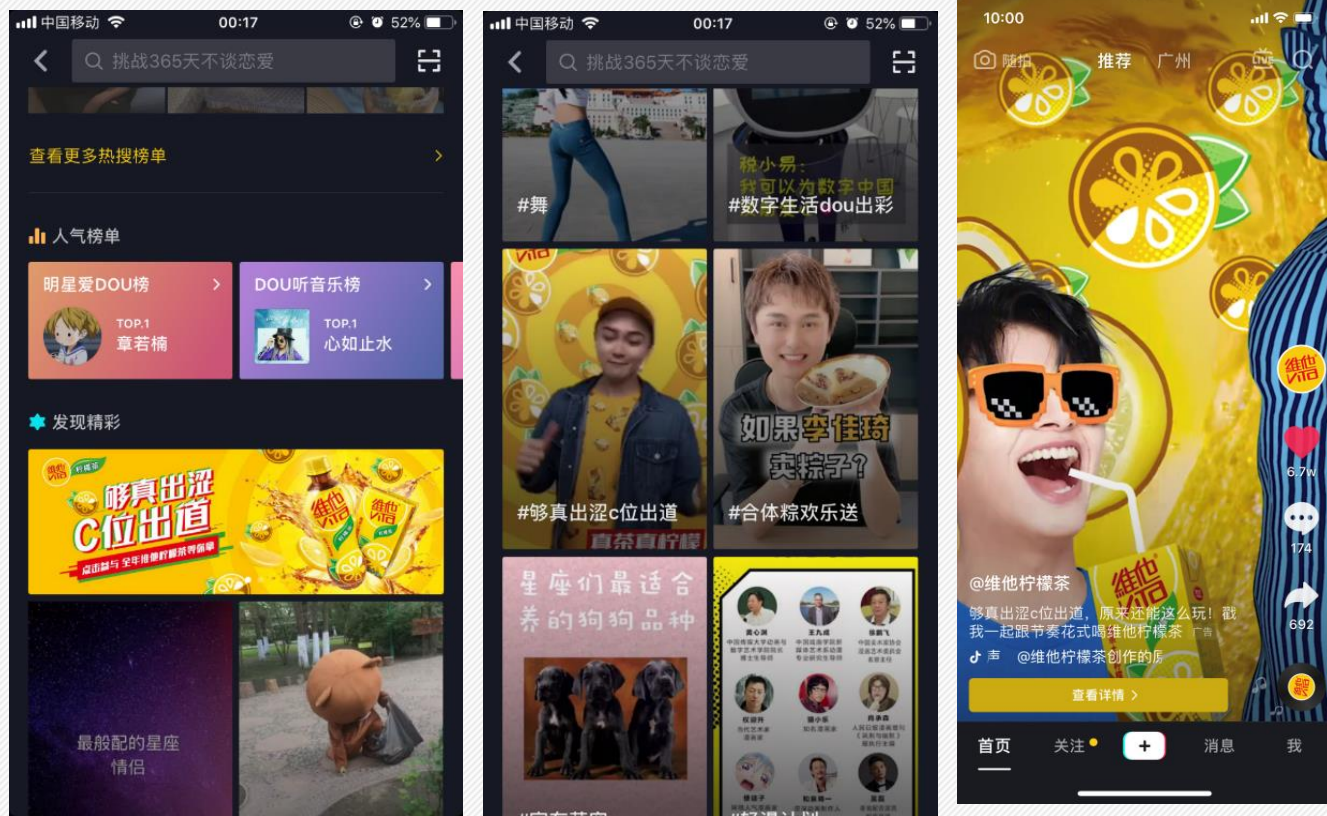


品牌信息流
助力“花式喝茶”



Step2

大量硬广集中引爆，引流#够真出涩c位出道 品牌挑战赛主页



Step3

品牌挑战赛主页再次吸睛
用户一键参与



- #够真出涩c位出道 挑战赛互动效果卓然，从品牌贴纸来看贴纸较新奇有趣、魔性循环，品牌信息的展现较为软性，符合抖音用户的使用习惯，加上张嘴触发维他柠檬茶，打造了双重互动效果，实力体现真的喝不够；
- 活动期间，用户热情高涨，纷纷使用品牌贴纸和音乐拍摄优质UGC内容投稿，沉淀了一波优质的UGC，用户真实体现了维他柠檬茶怎么喝都喝不够以及各种创新的花式喝法；其中00后和90后为此次挑战赛的主力军，展现了品牌与年轻用户在此次挑战赛中达成了共鸣；
- 本次挑战赛效果突出，7天挑战赛视频播放量超15亿、视频互动量超4400万、挑战赛参与人数超28万、视频投稿数近40万、贴纸使用量超20万，此次品牌动态背景贴纸虽为行业首创，但贴纸的使用量占据了抖音食品饮料行业第一位。

