

# 燃力士-不燃你想怎样

- ◆ 广告主: 燃力士
- ◆ 所属行业: 快消
- ◆ 执行时间: 2019.06.10-06.20
- ◆ 参选类别: 跨界营销类

- 燃力士于18年进入到中国市场，作为一款主打“0糖0热量0脂肪”的功能性饮料，本应充满话题，但在中国的传播声量却并不大。
- 如何提升品牌知名度与声量，是品牌目前面对的最大挑战。

- 洞察：
  - “燃力士”作为一款在欧美“网红产品”，进驻中国后主要的传播营销均在运动健身平台及健身房场景等，辐射的人群虽然精准但相对固定且狭窄，非精准人群对“燃力士”更是毫无认知，因此传播陷入窘境。
  - 想要“破圈”就要到更广泛的人群中去传播品牌声量及普及产品卖点。字节跳动旗下产品全球总DAU超过7亿，是品牌传播的不二选择。
- 策略：在炎炎夏日燃脂季，燃力士喊话大众【不燃你想怎样】，打一场极具煽动性和感召力的夏日燃动战役。
- 将字节跳动旗下两大优质媒体平台今日头条+抖音的联手，打通双端平台用户，发挥双端平台各自优势，针对性策略输出。
- **今日头条平台：品牌声量，媒体背书；**
- **抖音平台：用户互动，深化产品卖点。**

- 1.利用平台兴趣标签，深挖目标人群
- 通过字节跳动平台220万+内容兴趣标签深挖品牌受众的偏好领域，得到偏好度最高的四类兴趣类别：健康、体育、旅游、时尚；
- 2.以平台领袖作用，带动品牌传播
- 筛选四类达人中的代表人物，产出各具特点的vlog，以真情实感影响平台用户，形成产品认知。
- 3.头条平台专业内容输出，为品牌背书
- 利用今日头条超级话题为营造品牌舆论，头条达人产出专业内容为品牌背书。
- 3.抖音平台用户自发参与，深化用户互动
- 制作符合品牌特征的趣味贴纸，利用抖音挑战赛高互动形式，与用户对话，传播产品卖点
- 4.官方落地活动，形成传播闭环
- 抖音官方落地活动——完美形体工厂，与燃力士深度绑定，通过线下互动传播产品并反哺线上传播

# #不燃你想怎样# 超级话题开启大众热议

推荐频道+健康频道  
热力推荐



想要成就新我，就要把自己点燃！这个夏天，0糖0热量0脂肪的#CELSIUS燃力士#和你一起，炼身材燃起来，燃出新我！不燃，你想怎样？详情

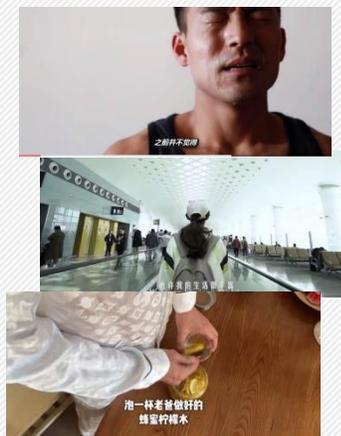


燃力士品牌冠名：

- 1-话题顶部图片植入
- 2-话题头像植入
- 3-话题简介植入

## #不燃你想怎样#

Vlogger



头条号达人



用户讨论



# #不燃 你想怎样#双端联动vLog大事件



黑脸V——状态燃



末那大叔——减肥燃



钟昭金——健身燃



汪梦云——梦想燃

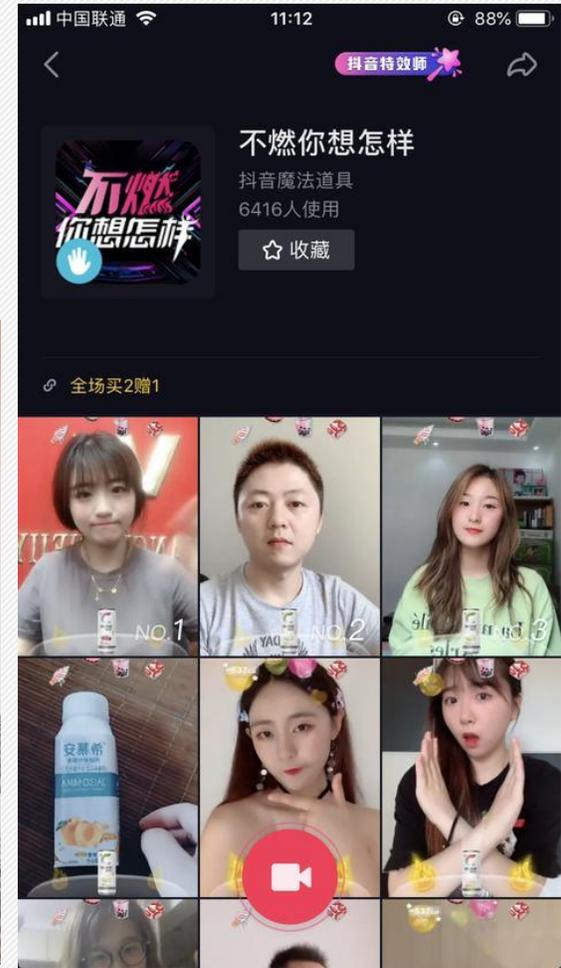
## 创新 燃 贴纸，升级用户体验

沉浸式互动体验 软性传递品牌信息 线下活动联动



伸手触发互动贴纸食物闪现  
火焰装饰由黄色变为橙黄色预警  
燃力士产品喷出强烈起泡将食物包裹  
食物淡出，展现消灭卡路里数字

## 结合黑科技贴纸 用户自发使用贴纸+手势舞演绎“不燃你想怎么样”



贴纸聚合页

## 用户自发绑定运动、燃卡场景展现燃烧卡路里



# DOU 燃 一夏，燃落地



节目现场助兴



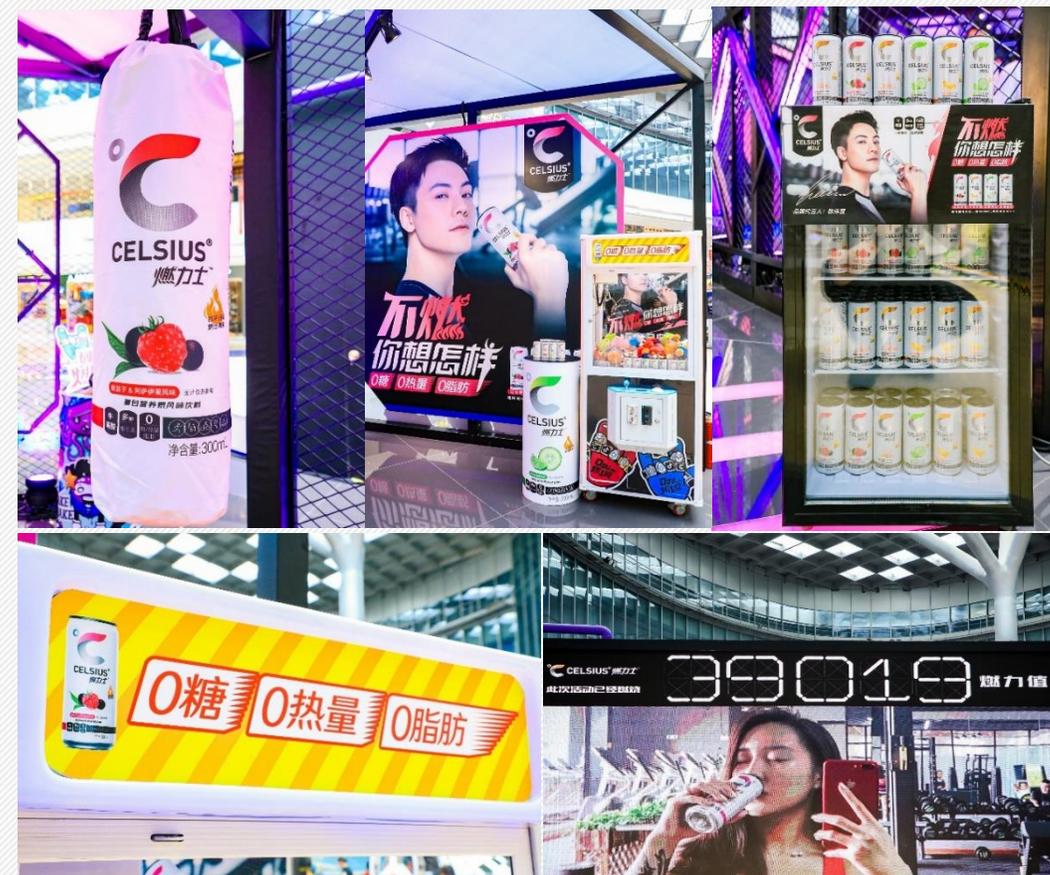
互动展示、花式露出



品牌专区产品派发



整体搭建以抖音感呈现  
凸显完美形体工厂“燃卡”特性，燃力士品牌强势露出



# 抖音达人线下互动，带动粉丝**燃**一夏

达人现场深度参与舞台表演及展区互动，并拍摄抖音进行推广，传播品牌“燃”理念

健身达人——钟昭金

舞蹈达人——小霸王



# 抖音属性加持，燃力值加倍



悦跑乐嗨  
仓鼠跑步



燃力飞跃  
燃力士区



美好制造  
抖音文创

舞风捉影  
体感舞蹈



斗出骑迹  
动感单车



总曝光  
**13.6亿+**

挑战赛播放  
**10亿+**

线下参与  
**2W+**

Vlog播放  
**1300W+**

- 传播期间燃力士品牌认知指数高于行业均值**25%**，品牌互动指数高于行业平均**54%**