

# 芝华士 “我们就要燃” 电商营销活动

- ◆ 广告主: 芝华士
- ◆ 所属行业: 酒水饮料
- ◆ 执行时间: 2019.08.26-10.11
- ◆ 参选类别: 电商营销类

- **品牌营销的背景和初衷**

品牌希望鼓励消费者与朋友间分享生活志趣点燃不凡时刻，以此来加强“调和不平凡”的品牌号召，并在品牌与NBA中国赛战略合作的基础上，以篮球为媒介辐射更多喜爱潮流时尚运动生活方式的消费者。

- **最终想要实现的目标**

使电商平台成为建立品牌认知的重要阵地，建立“调和不平凡，我们就要燃”的知名度，招募并与潮流运动爱好者建立联系来驱动产品认知，提供全方位的品牌体验来驱动消费转化。

- **目前面临的挑战和困境**

如何借势FIBA和NBA赛季的高社交热度来提高品牌的知名度与消费者的参与度，如何利用品牌传播营销活动与线下活动来获得长期的活动关注。

- 这些25-35岁的千禧一代处于为成功拼搏的人生阶段，但他们也会放肆玩乐来作为生活中的一种调和
- 外向开朗的性格让他们喜爱分享欢聚，愿意包容彼此的个性品味，重视团结一致的联合
- 这群潮流运动爱好者在忙碌之余无法面对面交流时，喜欢线上与好友的互动，对他们来说游戏也是一种社交方式。



将电商平台从一个消费渠道转变成重要的互动平台，建立品牌认知并招募消费者，转化消费及忠诚拥护。

通过完成一个基于移动设备端的芝华士在线电商互动平台，提供“调和不平凡”的威士忌特调配方教育和互动体验。

让消费者通过和朋友组队挑战线上燃趣游戏，实现“我们就要燃”的品牌号召与电商平台的裂变分享、引流进店、消费转化等营销目的。在创意形态上，以威士忌酒杯、冰球、鸡尾酒调和原料为品牌元素灵感的同时，融入三人街头篮球等运动元素，强化品牌在互动体验中的角色，以“调和不平凡”这一品牌号召贯穿始终，进行威士忌特调配方的消费者教育。

让消费者通过多种在线互动的方式，加强消费者对品牌体验的参与度。

让消费者因调和去接触，了解，探索，成为芝华士品牌的忠实粉丝。

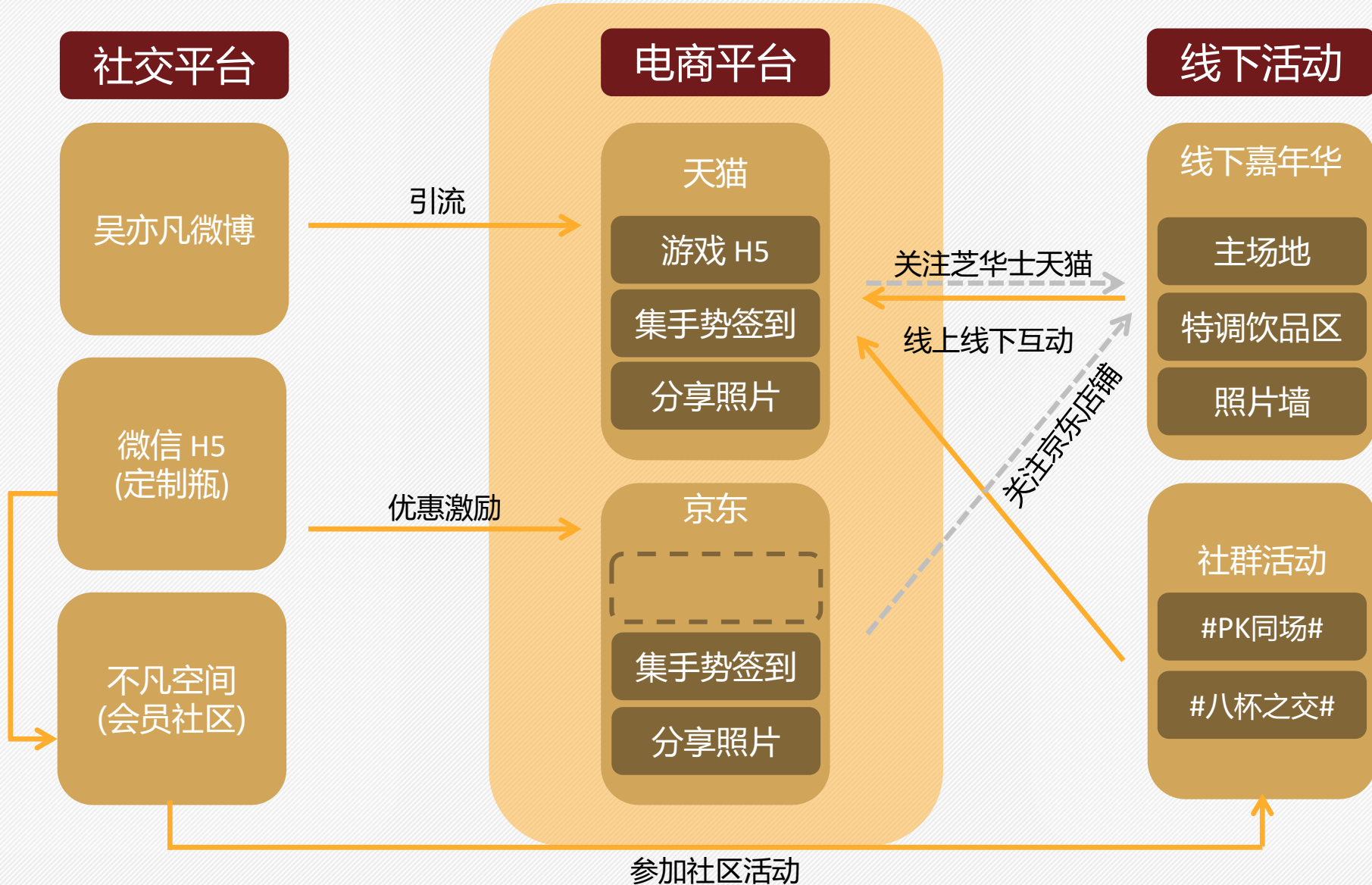
结合品牌层面的威士忌酒杯、威士忌冰球、特调原料等元素作为游戏主体，消费者需用酒杯接住更多掉落的特调原料来调出一杯不平凡的创意特调，并且借势热点的篮球元素进行游戏创意构思，以街头三人篮球为热血型格号召，召集好友达成三人团队作为志同道合的伙伴，携手燃动每一个不凡时刻。

同时，通过分享燃情时刻和电商优惠券激励，利用品牌既有官方线上资源进行引流，与线下活动进行O2O联动，用户在关注店铺后可获得线下活动入场券，在参与线下活动之后，还可在电商互动中获得相应的权益，形成线下反哺线上的通路闭环。并且根据各大社交平台、电商平台的联通程度、人群特性，设定了精准的定制化消费者链路，适合各种不同人群进行品牌体验。

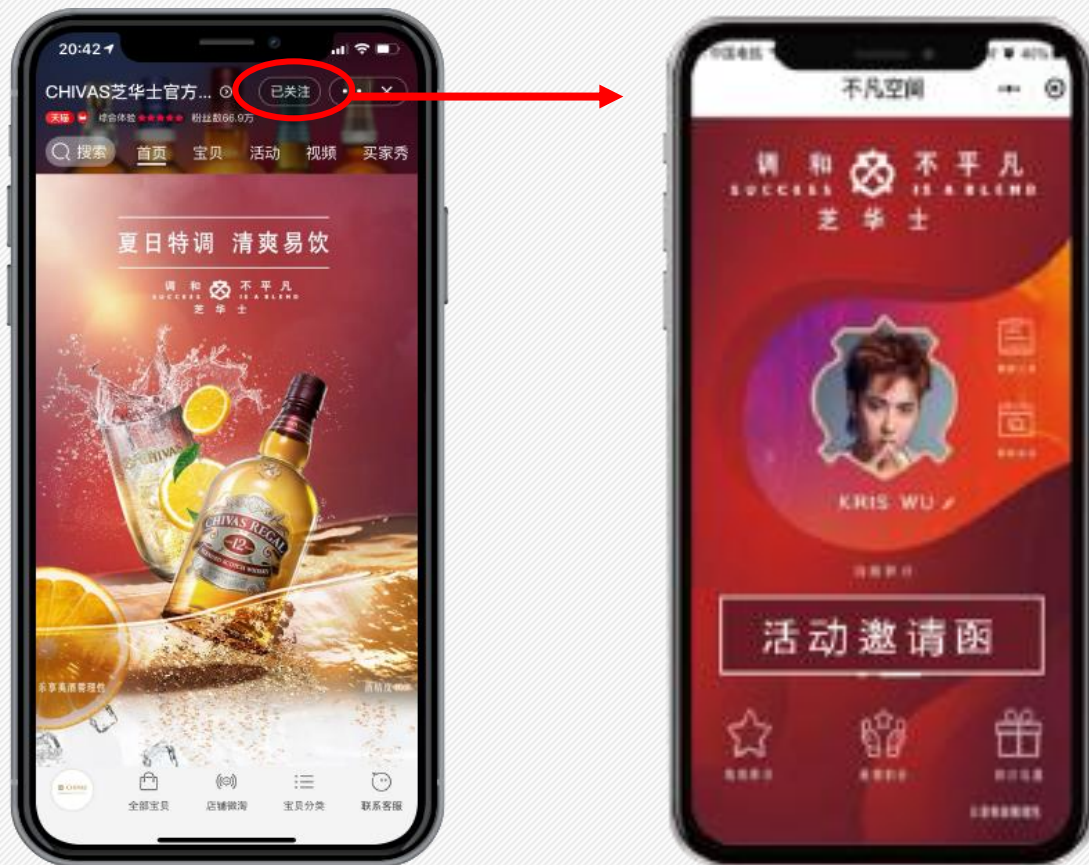
*(后一页：消费者访问动线)*



# 消费者链路



- 第一步：明确品牌目标与挑战，制定“线上不凡空间”整体策略框架，将整体项目蓝图根据“认知”、“兴趣”、“购买”及“忠诚”分为四个阶段规划不同的营销内容。
- 第二步：发展符合不凡空间不同阶段的内容，在创意层面突出活动关键信息的同时，与品牌角色结合来凸显芝华士“调和不平凡 我们就要燃”。
- 第三步：在视觉呈现上将贯彻创意的统一调性，让页面在不同渠道有不同的呈现又同时符合芝华士品牌的整体性。
- 第四步：在每个不同板块中的游戏中采用不同的互动方式，让消费者将芝华士不同渠道的产品和场景作强关联。



关注店铺获得线下活动邀请函  
及店铺优惠券





品销宝链接到活动页面或产品页面



Banner插入产品详情页面，  
然后进一步链接到活动页面

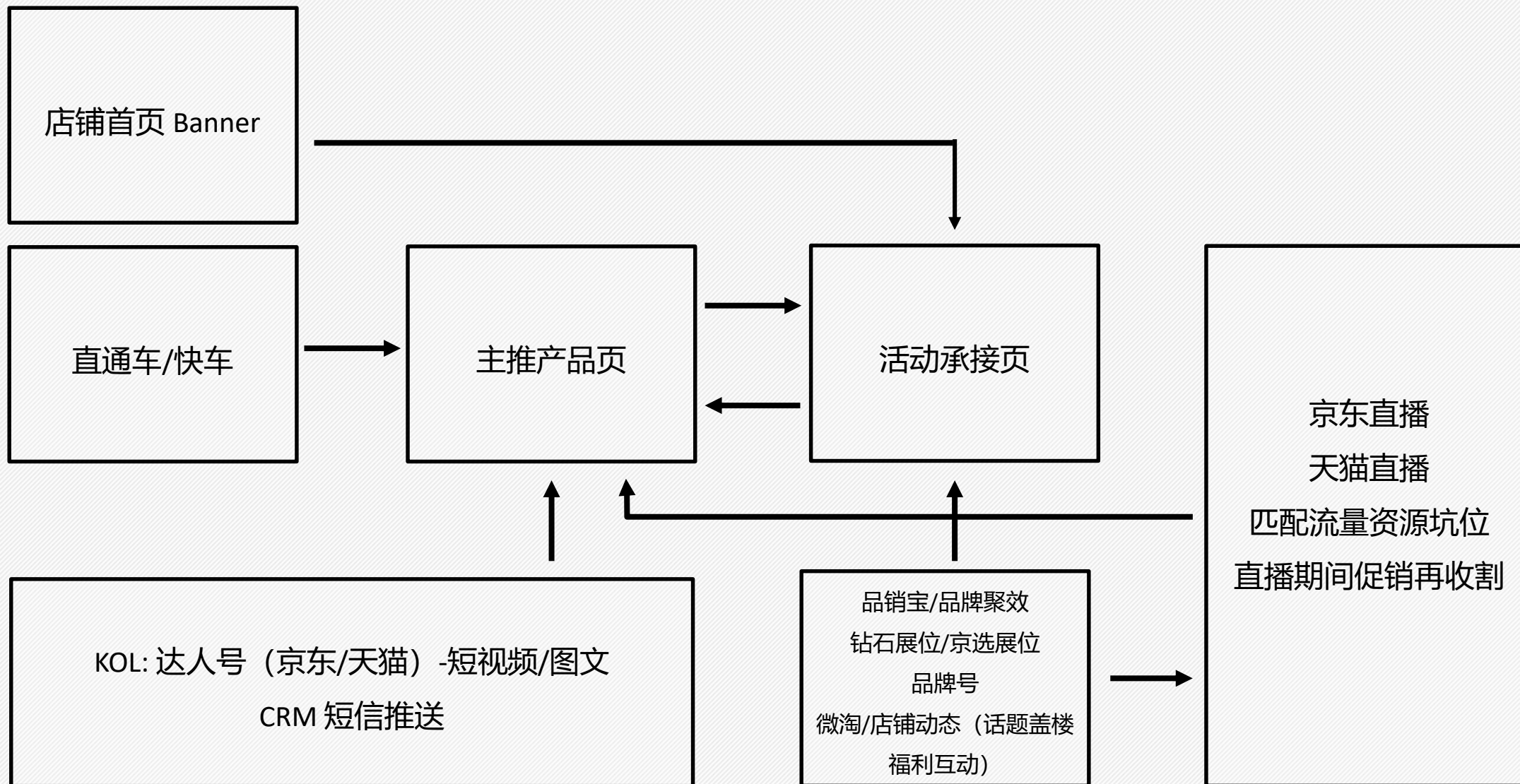


KOL推广产品链接









## • 媒介应用的优化与组合

采用H5的形式并嵌入芝华士天猫旗舰店内。

方便消费者在不同渠道内分享给好友共同进行互动

线下活动通过引导关注店铺直接进入线上派对，同时关注店铺后可以在线下派对领取活动定制T恤

### 线上资源



官方微信公众号



官方微博



天猫旗舰店



明星号召

### 线下活动资源

芝华士会员活动



芝华士线下嘉年华



- 受众参与互动的营销场景



- **ROI最大化：从品牌曝光度、互动参与度、话题传播度、销量转化度等多维度数据，深度总结活动效果。**

截止目前（9.11），项目通过站内KOL直播及线下活动直播，

获得**品牌曝光量**总计（淘宝+京东+一直播）**1719w**

站内**互动参与度**H5上线仅17天获得**8w+PV**

目前**销量转化度**达**约5%**





## 受众的反应及媒体的评价



“手机让我们变得那么近，又那么远，芝华士这个活动又让我和兄弟们找回昔日的燃情时光。”

——小红书商城总监史敏良评价

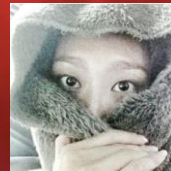


“它有趣不落俗套，把芝华士和篮球文化互相融合，向我们展现了一种充满激情、活力、灵感的有趣生活。”

——知名奢侈品KOL Anny Fan评价

它没有限制，在任何背景下都适合与你为伴。它是自由的、浮动的，这很重要，因为这取决于喝它的人是否能来一场精神漫游。我喜欢不加任何其他饮料混搭的纯饮，它隐藏在丰饶口感里的别致、细腻，才会清清楚楚地路过喉底，从此记住这种无法复制的感受。

——自由撰稿人 & “荟粹坊”酒品合伙人哥筱乔评价



“我从来想不到篮球和酒还能够如此完美地结合，了解背后的文化我就懂了，这两者有着相似的内核。篮球是团队运动，球场上发生的化学反应就像芝华士的那句slogan，调和不平凡。我最爱03-04赛季的底特律活塞，谁能想到五个蓝领能够打败天赋异禀如日中天的湖人？平凡还是不平凡，自己说了算。”

——芝华士电商品牌经理Tiffany评价

