

三元 每一步换算轻能量

- ◆ 广告主：三元食品
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2017.04.10-04.13
- ◆ 参选类别：互动体验类

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/z0535xp0pas.html>

或者
扫一扫看视频



营销背景与人群洞察

随着生活品质的升级，都市生活中白领们日渐重视健康和运动，酸奶等健康食材受到广泛欢迎。

运动不再只是健身房的大汗淋漓，外出时用步行代替交通工具，享受休闲放松的美好，坚持随时随地的“轻运动”，已成为白领们最普遍的运动现状。





Top
Mobile
Awards

品牌需求



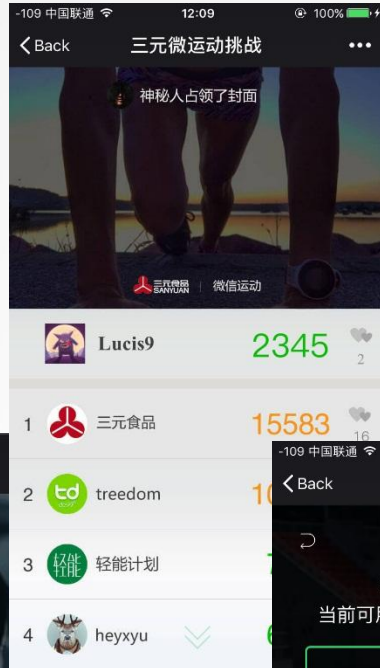
品牌需求

三元食品是来自于北京的老牌牛奶制造商，所推出的“轻能”酸奶品牌主打轻脂益身，与运动有着天然的关联，三元希望能够在重点销售区域贴近都市人群，提高品牌影响力。

推广目标：以创新的互动营销方式，凭借三元轻能“轻脂益身”的活力运动基因，为三元轻能塑造具有区隔度的品牌差异化定位。

核心策略：用创意视频H5的轻互动方式在微信朋友圈与目标人群展开深入沟通，在品牌与运动之间建立起直接关联。将用户的**日常运动计步行为转化为品牌的商业机会**，联动微信运动与微信支付，**将运动步数直接变现为购买产品的抵用金**。





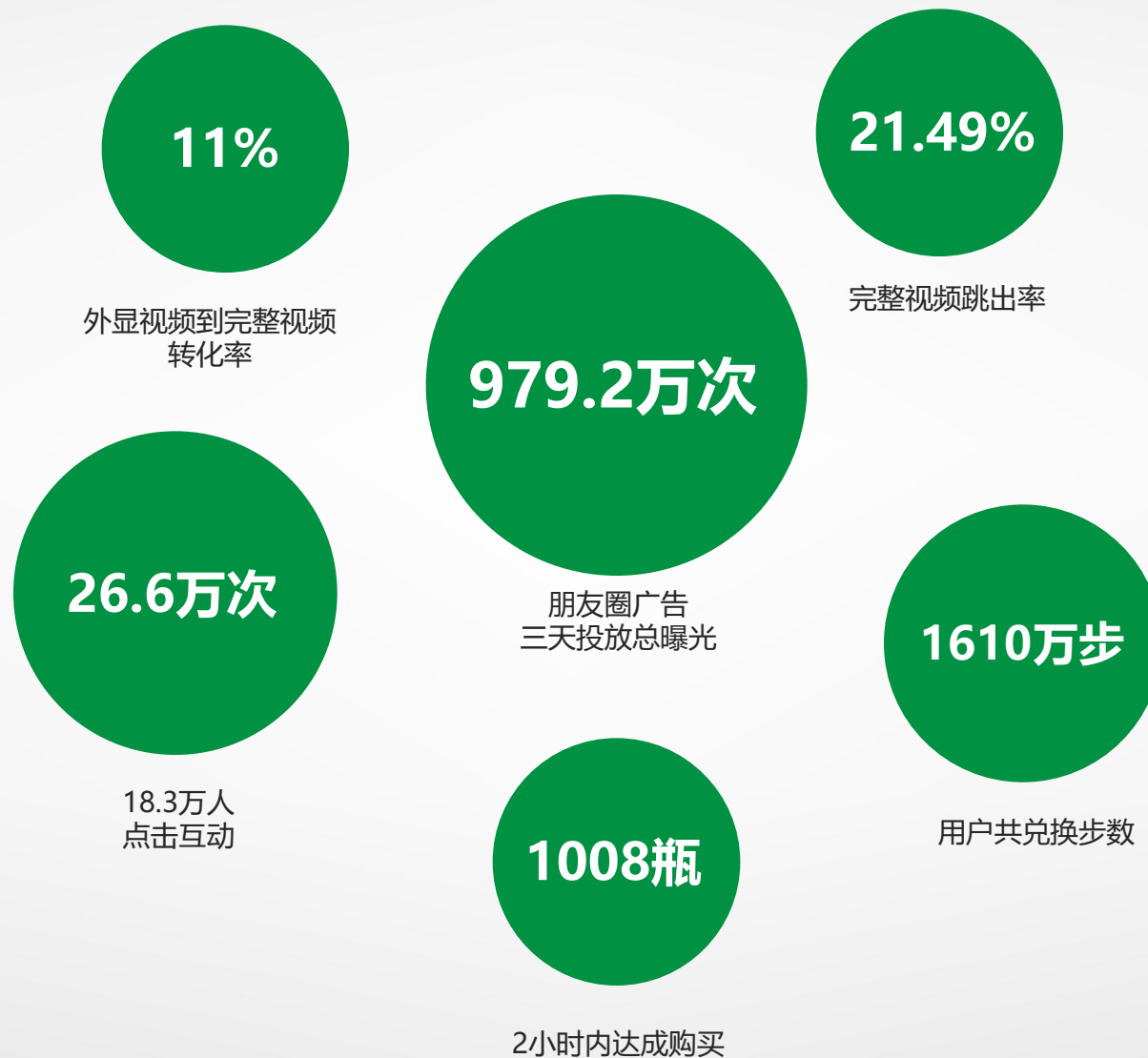
创意

当前“轻运动”成为都市人群运动常态，微信运动作为当前国内最大的运动数据记录平台，积累了海量用户的运动数据。

三元通过H5互动模拟用户运动场景，联动微信运动与微信支付，将用户的线上运动数据直接变现，成为用于购买产品的品牌抵用金，从而在三元轻能和运动之间建立起直接关联。

执行

1. 打造一则创意视频H5投放微信朋友圈，外显视频模拟微信运动场景制造悬念
2. 以挑战神秘人为线索，号召用户超越昨天的自己。
3. 互动收尾接入微信运动数据，将用户30天内积累的运动步数联动变现为品牌抵用金，同时调用微信支付接口，无跳出直接进行产品购买。



“

作为一个知名乳制品品牌，我们的产品本身就与健康高度相关，而今天的年轻人也越来越多地参与到跑步、打球这些健康生活方式中。通过广告与微信运动的结合，我们可以打开一条面向年轻人的沟通渠道，帮助推进品牌年轻化进程，同时推广新产品。这种结合不只是功能植入，更是搭建了一个关于跑步的社交场景，鼓励用户记录与分享自己的运动数据。数据显示，广告产生点赞评论的用户中，19至25岁用户的比重最高，这说明我们成功地打动了这些年轻人。

—— 曾晶，三元轻能产品经理

”

捕捉用户当前真实运动习惯，为品牌构建全新沟通场景

洞察当前都市人群“轻运动”的运动现状，利用创意H5模拟还原微信运动这一线上运动场景，用悬念引起用户关注与互动，建立品牌与运动之间的初步关联。

技术融合创新，将运动数据与支付联动变现为品牌能量

微信运动首开快消行业数据接口，将用户积累的运动数据变现为购买产品的可用奖金，并联动微信支付，缩短消费者决策路径，进一步加深品牌与运动之间的联系，建立品牌的“轻运动”区隔化定位。