

“飞” 同凡 “想” 飞利浦2016京东超级创新日

- ◆ 广告主：飞利浦
- ◆ 所属行业：家电
- ◆ 执行时间：2016.09.18-09.26
- ◆ 参选类别：电商营销类

品牌营销的背景和初衷:

- 京东作为最有影响力的电商平台之一，已经成为飞利浦非常重要的合作伙伴；然而，竞争品牌用低价策略不断挑战飞利浦的市场领导地位，电商平台的品牌竞争愈加激烈。
- 虽然电商平台已经有了较强流量基础，但是增长趋缓。所以电商希望和各大品牌一起合作，通过有创意的外部活动引发更多关注，集中整合流量，推动持续增长！



最终想要实现怎样的目标:

借助京东超级品牌日的平台，扩大消费者对飞利浦”创新“的认同，提升对品牌的偏好度，并带动购买。

PHILIPS



目前面临的挑战和困境:

- 电商平台各品牌竞争日益白热化
- 品牌同质化愈发严重
- 竞争品牌低价策略愈演愈烈
- 流量逐渐收缩
- 如何与京东电商平台建立强大的合作关系，整合双方资源

PHILIPS



通过对目标人群的洞察发现:

随着中国消费者对高品质、高科技的产品需求不断提升，他们日益追求更舒适便捷的用户体验，更希望创新产品从理念、科技、到设计，全方位地满足人们健康美好生活的愿景。



整个案例的核心策略:

- 飞利浦与京东强强联手打造“飞利浦2016京东超级创新日”，扩大消费者对飞利浦“创新”的认同，提升对品牌的偏好度，引爆购买热潮。
- 多元化创新促销手段组合
- 整合京东、飞利浦和三方资源全方位曝光
- 实现合力效应，外部导入流量进入京东，京电站内站外联动宣传，最终转化销售



案例的最大亮点:

本次活动最大的亮点是通过引发消费者对创新生活的需求，向消费者传递飞利浦创新生活的理念，提高了消费者对飞利浦品牌的偏好度，大大提升了产品知名度，并成功带动销售，可持续的为客户品牌提供价值，赢得客户夸赞认可。



站外

品牌整体宣传

- 引爆热点话题：#凡人凡想#大调查，引发网友对生活中错误常识的关注；各界KOL扩散话题，利用粉丝通精准推送飞利浦以创新科技突破消费者日常生活中的平凡想法



飞利浦健康科技 V

9月18日 16:00 来自 微博 weibo.com

我们每个人都在日常衣食住行中积累着生活经验，汇聚到一起成为#凡人凡想#的普遍认知。以下说法中，你也是这么认为的吗？赶紧参投票吧！我发起了一个投票【#凡人凡想#生活认知大调查】 [#凡人凡想#生活认知大调查](#)



#凡人凡想#生活认知大调查

参与人数：1001823

马上投票

☆ 收藏

📩 30

💬 34

👍 3

■ 飞利浦官方微博发起#凡人凡想#生活认知大调查



■ 各界KOL纷纷响应话题#凡人凡想#，附加自己生活中的细节图片,扩大话题声量



■ #凡人凡想#话题榜，达到当天排行榜No.1



■ 结合#凡人凡想#投票结果,引出飞利浦的创新科技产品,利用粉丝通精准投放

时尚生活导购 9月23日 17:52 来自 微博 weibo.com

飞利浦创新科技,突破传统凡人凡想,带来非同凡想的美好生活。立即点击 [网页链接](#) 进入#非同凡想 飞利浦创新品牌日#活动页面,抢先看更多创新产品,参与互动抢券满199减100专属优惠,还有全场12期免息!9月26日,让我们一起上京东,把飞利浦创新科技带回家!

创新科技改变生活?

我们在日常衣食住行中积累的生活经验,汇聚到一起成为了#凡人凡想#的普遍认知。感谢大家参与此次凡人凡想生活认知大调查投票活动。投票结果已出,对生活中的问题大家的看法基本一致。那么这些困扰大家的问题,是否有更好的解决办法?创新科技真的能改变生活?一起来看!

PART / I

超过86%的人认为:

手动牙刷用力刷牙也能刷牙 [长图](#)

收藏 401273 122726 277641

大家普遍的#凡人凡想#

手动牙刷用力刷刷几下就好了,没必要浪费电动牙刷买什么品牌。

电动牙刷就是给懒人用的呀,就想着省力点,刷牙不用刷什么品牌。

其实,电动牙刷能自动清洁,深入牙齿缝隙清洁,恢复洁白牙齿,让牙齿更健康,刷牙更轻松,不费力。

飞利浦告诉你: 创新科技 非同凡想

创新清洁力为技术 带来非同凡想的洁净效果 让牙齿如钻石般亮白

飞利浦电动牙刷采用全新声波洁齿技术



大家普遍的#凡人凡想#

炸鸡和薯条当然是油炸的好吃!

炸鸡好吃吧,不用油炸炸鸡薯条肯定不好吃。



其实,空气炸锅能循环空气,循环加热,炸鸡美味无负担,一样外脆里嫩,还更健康。

飞利浦告诉你: 创新科技 非同凡想

飞利浦空气炸锅采用全新飞利浦变频热风循环技术

带来非同凡想的无油烹饪 无油烟零美味更健康

飞利浦空气炸锅4L9640

- 变频热风循环技术
- 无油烟零美味更健康
- 飞利浦变频热风循环技术
- 飞利浦变频热风循环技术



站外

品牌整体宣传

- 专属邀请卡：《飞同凡想，非凡专属》H5，邀请用户申领飞利浦“飞”同凡“想”VIP卡，超乎想象的促销力度，即刻享受飞利浦创新带来的品质生活。



- 飞利浦《飞同凡想，非凡专属》金卡H5游戏，以飞利浦创新产品，京东优惠券吸引用户参与互动，为飞利浦京东创新日主会场引流，进而引导消费者购买，带动销量。



站外

品牌 OVC

- 通过飞利浦品牌OVC和飞利浦电动牙刷产品OVC扩大飞利浦京东创新日声量。
- 截止9月26日，在腾讯、优酷、爱奇艺三大视频网站上线的飞利浦品牌OVC和产品OVC，点击超过170万次，有效提高飞利浦京东创新日的曝光度。



站外

品牌各品类宣传

- 各品类联动集中曝光，整合**新闻类、导购类、母婴类、时尚类、家居类等**各大媒体资源和楼宇广告，并配合百度搜索为创新日当天引流，引爆购买热潮。



站内

- 配合京东站内资源，并联合京东直播和腾讯直播平台，利用明星结合网络直播的互动形式，进一步的扩大活动宣传力度，引爆购买热潮。



站内

主会场多元化的创新促销手段

1. 新品预约
2. 爆款预售
3. 限量促销
4. 超值优惠券
5. 精品秒杀



- 利用明星并结合创新的互动形式网络直播，引爆收看热潮，进一步的扩大活动声量，吸引消费者购买

此次直播邀请到6位名人：

- 张磊
- 李嘉格
- 呆小贺
- 毛俊霆
- 马修
- 小P老师



- 京东站内优势资源集中曝光飞利浦京东创新日活动信息，为活动主会场引流，引爆消费者购买热潮

京东资源位展示：

- 京东APP开机启动图
- 京东APP首页包屏
- 京东APP首页焦点图
- 京东微信购物首页焦点图
- 京东PC&APP家电主会场
- 京东PC端首页置顶通栏
- 楼宇广告



ROI最大化:

- 飞利浦京东创新日总销售额达到1.9亿元人民币，同比飞利浦京东618促销活动销量大大提高，荣居飞利浦线上战役历史最高销量
- 京东主会场流量超3000万，飞利浦站外资源共计为主会场引流超850万，京东站内资源为活动引流超过990万；品牌持续曝光，有力促进在线销售增长。
- 活动期间，微博信息阅读超2000万，并实现当天热门微博话题排行榜TOP1，飞利浦官方微博发起#凡人凡想#生活认知大调查，用户踊跃参加，投票数高达370万；
- 飞利浦OVC在三大视频网站发布，点击超170万；
- H5游戏《飞同凡想，飞凡专享》参与次数超19000；
- 腾讯直播观看总人数超130万；



影响力与口碑:

此次传播大大提升了产品知名度，并成功带动销售，可持续的为客户品牌提供价值，获得了飞利浦Digital Manager Faye Sha的夸赞认可。

