

极致锋味 惟有卡萨帝

- ◆ 广告主：卡萨帝
- ◆ 所属行业：高端家电
- ◆ 执行时间：2016.03.01-2017.02.28
- ◆ 参选类别：媒介整合类

国际高端家电品牌——卡萨帝，再度携手国内首档高端美食明星真人秀《12道锋味》第三季。通过栏目绑定传播，提升品牌知名度。借势栏目明星效应，转化明星粉丝，扩大品牌影响力，提升卡萨帝品牌在粉丝人群中的好感度。通过栏目联合传播，传达品牌“科技 艺术 爱”的品牌内涵，提升品牌美誉度。

通过虚网传播，触达更多的目标消费人群，将栏目的影响力借力放大，实现1+1>2的传播效果。向用户展示由卡萨帝家电打造的极致锋味厨房，传递高端、科技的品牌形象，以及卡萨帝艺术家电带来的高端生活方式。

国际高端家电品牌——卡萨帝，自2006年创立以来已经在消费者中建立了较好的知名度及美誉度，并树立了高端艺术家电品牌形象。为了深化品牌形象、提高知名度、进一步提升卡萨帝在高端家电中的影响力。于2016年再度携手国内首档高端美食明星真人秀《12道锋味》第三季。通过栏目绑定传播，借势栏目明星效应，转化明星粉丝，扩大品牌影响力，提升卡萨帝品牌在粉丝人群中的好感度。通过栏目联合传播，传达品牌“科技 精致 艺术”的品牌内涵。



借势《十二道锋味》热点IP，
通过栏目绑定传播，**提升品牌知名度。**



借势栏目明星效应，转化明星粉丝，
扩大**品牌影响力**，
提升卡萨帝品牌在粉丝人群中的**好感度。**

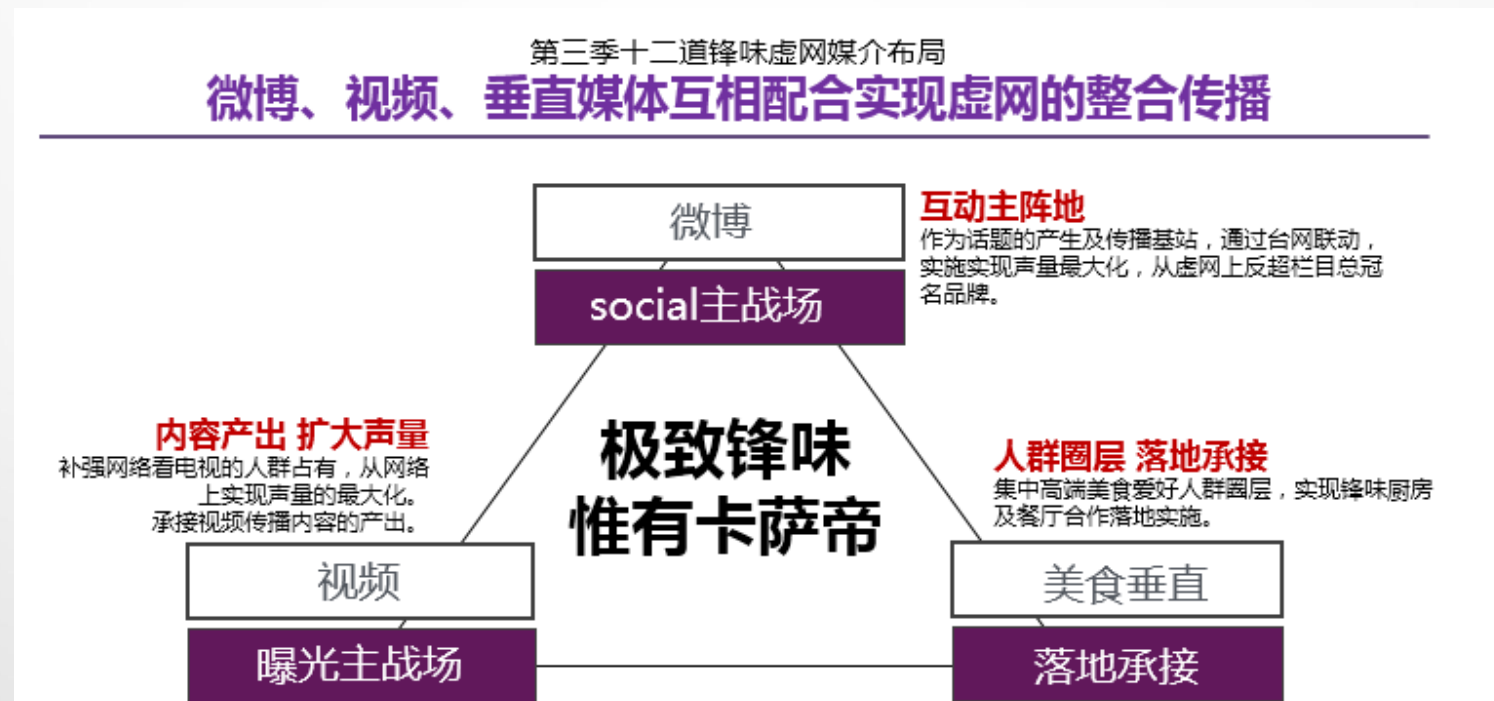


通过栏目联合传播，传达品牌“科技精致艺术”的品牌内涵，
提升品牌美誉度。

自然关注卡萨帝《十二道锋味》栏目的人群多为19-39岁的女性，而高端人群对于卡萨帝家电的需求极为强烈，受众愿意以高消费换取品质且有格调的生活。

- 核心策略:

本次传播中，卡萨帝品牌通过多平台、多互动的整个传播，实现卡萨帝品牌在虚网端的首冠。投放中针对《十二道锋味3》的进行全面绑定，同时锁定高端人群及家电需求人群进行精准覆盖。





Top
Mobile
Awards

◆ 品牌微视频 《极致味道的袖珍时光》

<http://tv.sohu.com/20161111/n472948067.shtml>

卡萨帝品牌邀请《舌尖上的中国2》导演陈硕，联合袖珍艺术家西树齐力打造，在缩小1728倍的锋味厨房中上演一场关于爱和美食的极致烹饪。总播放量**566万**。



扫码观看视频

◆ 十二道锋味主题互动H5

《打开卡萨帝 开启锋味世界》

打开卡萨帝家电，与霆锋一同感受奇妙的锋味世界，互动用户量达百万。



◆ 十二道锋味主题互动H5

《来自霆锋的锋味邀约》

VR展示卡萨帝锋味厨房，邀请用户体验各明星产品，与霆锋共同完成极致锋味。



H5二维码

◆ 十二道锋味专题页面

http://www.casarte.com/yxhd/twf_43989/fw/index.shtml

专题页内展示由霆锋在卡萨帝锋味厨房中打造的12款美食视频、《锋味3》同款明星产品、微博活动及互动H5引流。



◆ 十二道锋味主、子话题

卡萨帝承包#十二道锋味#主话题，**且多次荣登热门话题榜首**。
 微博网友关注节目的同时视觉被卡萨帝占据，打造十二道锋味第三季微博端主赞。
 第三季主话题阅读量 **16.2** 亿，12期子话题新增阅读 **3439.4** 万。



十二期子话题覆盖各期节目热点

#锋味台湾站#	#泰不简单#	#甜蜜制造#	#我是你的超级粉丝#
#铁汉柔情#	#极光之旅#	#锋味双子星#	#画样年华#
#企鹅爸爸#	#笑傲太湖#	#锋味江湖#	#张曼玉锋味首秀#



◆ 十二道锋味定制贴纸

#极致锋味#主题贴纸总曝光量**102,001,290次**，
总使用**298,403次**，贴纸话题阅读量**8174.4万**

(微博贴纸共计13款)



亮点

@莫少聪 等明星在晒美食的同时也自发使用了卡萨帝定制贴纸，为品牌带来了额外的大量曝光



◆ 十二道锋味主题彩蛋

节目播出期间，卡萨帝品牌定制彩蛋、台网Card全程伴随十二道锋味信息出现，使卡萨帝品牌进一步绑定《锋味3》



亮点

107位黄V触发了品牌彩蛋和台网card为品牌免费站台

品牌定制彩蛋、台网card



◆ 极致锋味美食打卡活动

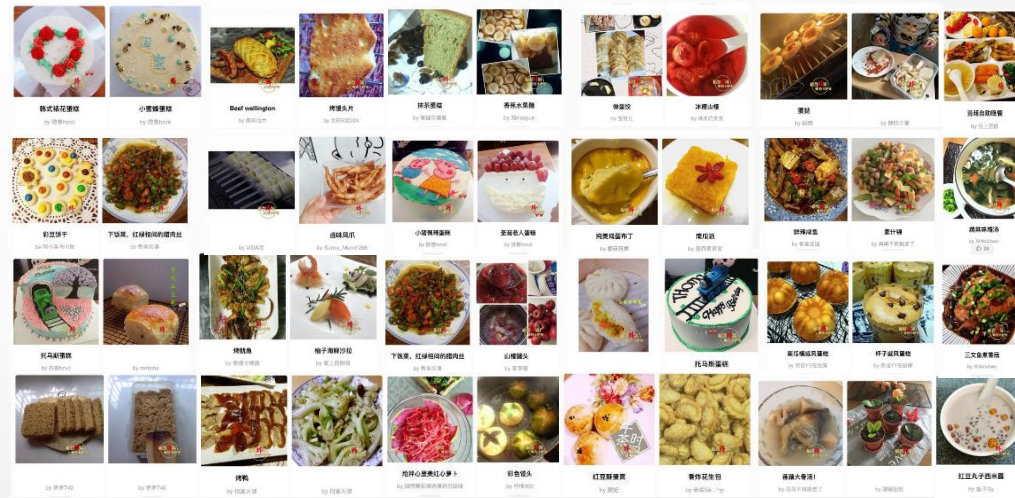
<http://m.douguo.com/activity/casarte>

在豆果APP内定期发布各期锋味食谱及12期栏目视频，邀请粉丝烹饪美食并拍照上传，参与美食打卡互动。

征集#极致锋味 惟有卡萨帝#美食打卡作品人数高达**1863**道。



豆果APP活动页面展示



网友部分作品图片



◆ 线下锋味品鉴活动

在位于北京的高端餐厅举办极致锋味品鉴活动，邀请25名豆果美食打卡活动优秀参与者与美食界KOL前往餐厅，品味由卡萨帝打造的《十二道锋味》栏目中的同款美食。用户体验后发朋友圈及微博进行传播，微博辐射人数高达**29W+**



波尔塔20西班牙餐厅



山海楼



YIHOUSE



用餐现场使用卡萨帝品牌色定制装饰，附赠锋味美食产品册

◆ 卡萨帝定制版锋味厨房玩具

卡萨帝定制限量150款袖珍版锋味厨房拼接玩具，赠与前期参与H5互动的锋味粉丝及卡萨帝VIP用户。



卡萨帝锋味拼接玩具实拍

本次投放累计曝光6,107,996,084次，累计点击10,947,712次。

其中搜狐视频曝光441,113,183次，点击4,481,572次；

乐视曝光248,993,097次，点击2,265,695次；

新浪微博曝光5,209,274,702次，点击3,129,606次；

豆果美食曝光187,186,102次，点击1,044,798次。

#十二道锋味# 第三季主话题累计阅读量16.2亿、累计讨论量75万。

12期子话题累计阅读量3438.4万。

#极致锋味#话题累计阅读量6097万，累计讨论量43万。

卡萨帝&《十二道锋味》项目微信图文阅读总量141万。

《极致味道的袖珍时光》各媒体平台总播放量突破566万。

《打开卡萨帝 开启锋味世界》H5交互910,000+用户，

《来自霆锋的锋味邀约》H5交互330,000+用户

美食打卡活动1849人次参与，25名幸运儿前往线下高端西餐厅体验卡萨帝极致锋味