

# 三棵树

## #我的另一面#营销战役

- ◆ 广告主：三棵树
- ◆ 所属行业：涂料业
- ◆ 执行时间：2017.05.17-06.17
- ◆ 参选类别：内容营销类

## 背景和初衷

三棵树，倡导健康漆理念的大型涂料企业。

2016年在上海证券交易所A股主板上市（603737）。

秉承树立健康理念、培养健康员工、提供健康产品、创造健康生活、传播健康文化



## 目标

目前推出的**马上住服务**品牌，面对立邦刷新服务、多乐士焕新服务等强劲对手，**亟需提高当前品牌曝光度、知名度和美誉度，从而推动签单率。**



## 内容与技术创新



### 物料载体

- 平面海报、GIF动图海报、MINISITE、H5、微电影等一系列物料进行全面宣传

### 内容准确度

- 根据客户对马上住服务品牌曝光度的基本诉求，从涂刷工的社会关怀出发，挖掘油木工生活中积极健康、精彩却鲜为人知的另一面，改变社会大众的传统印象，撕掉固有的标签，进而呼吁更多的社会群体展现自身的另一面，最后再落回马上住服务。
- 微电影精准选取3名典型的涂刷工进行“健康”理念的阐释：煲汤达人的健康、户外达人的健康、生活达人的健康，从不同方面强化了主题——健康家+面子大师。恰到好处地传递了品牌对健康的重视。



## 创意亮点

本次营销活动是**国内涂料行业里首次**由品牌方发起的**为涂刷工群体正名发声**，希望撕掉其在人们眼中的固有印象标签，重新被认识。同时也是三棵树品牌全面发力新媒体营销板块，掀开年轻化战略的开端，实现**社会关怀与品牌营销并行**的目的。

以广大油木工为切入点，  
深入结合品牌**精神价值  
理念**，提出#我的另一  
面#主题，挖掘油木工  
的另一面，引起广泛话  
题讨论。

**社会责任感**

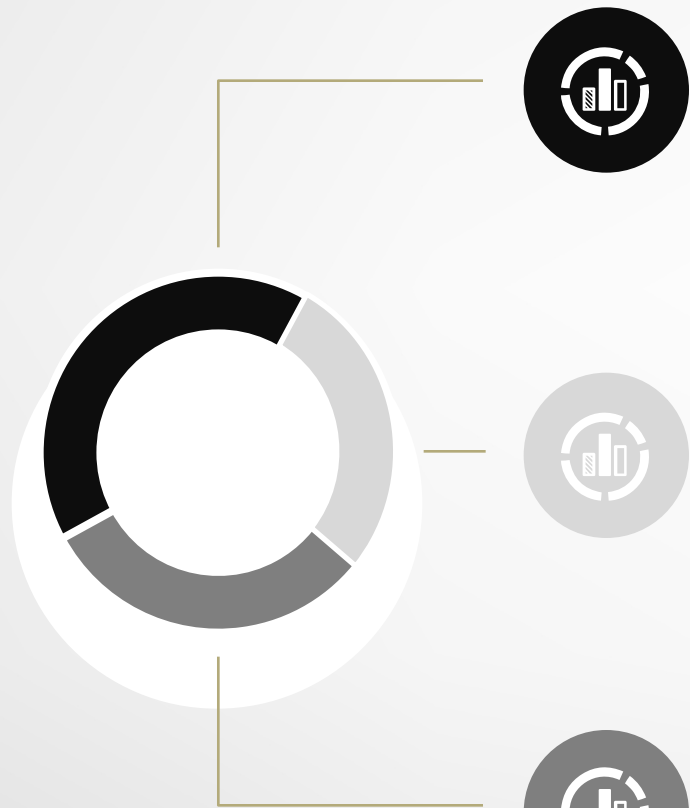
活动主题与三棵树品牌  
**“健康”的精神契合度  
高**，充分准确体现了品  
牌精神也让良好的**品牌  
形象**深入消费者心中。

**理念契合度高**

针对**涂刷工缺乏社会关  
注的痛点**进行深度挖掘，  
并为之发声。**话题成功  
引起受众内心情感共鸣。**

**受众痛点准确**

## 媒介优化&执行



### 整合度 全网综合曝光

全面利用社交媒体，以微博话题、KOL、网络媒体、结合微博粉丝通、公众号贴片、网红直播、今日头条、等渠道，进行**大面积投放**，形成内容的**全方面覆盖**



### 精准度 KOL精准投放

选择“十点读书”、4A广告网、所长别向我开枪等**优质顶级大号**，进行全面推广，从**内容和粉丝群**都与三棵树马上住**契合度高**，做到精准投放



### 覆盖率 全平台媒体沉淀

从活动、情感、营销等角度，撰文投放网络媒体，形成完整的品牌认知，让消费者能全方位获取到营销内容的思想传递

**整场营销活动有效曝光量达到9921.4万**

推广期间“三棵树”百度指数整体持续在1000以上，品牌知名度明显提升

- **微信**：微信大号KOL软文，合计**114.4万**次阅读；
- **微博**：话题页面，上线一个半月，合计**1095.7万**用户浏览量，约4万名网友参与话题互动；微博话题相关内容，共引发**237.2万**人次阅读，1.97万人次转发；KOL深度互动，引发**1191.2万**次阅读；
- **直播平台**：3场品牌植入网红直播，曝光量达**523.8万**人次，直播互动量**60.8万**人次；
- **视频平台**：微电影各大主流视频媒体同步引爆，总播放量达**602.3万**；
- **网络媒体**：308家网媒发布，合计曝光量**476.6万**；
- **电商平台**：天猫、京东投放焦点图，吸引共计**39万**浏览量。

## 传播与影响

本次营销活动是国内涂料行业里首次由品牌方发起的为涂刷工群体正名发声，在行业内激起了不小的反响。此次#我的另一面——是面子大师，也是健康家#被各大网络媒体报道转发，在用户之间也引起了一定的关注度和互动，涂刷工群体更是热烈响应。

此次营销战役，是社会关怀与品牌营销完美融合的经典案例。



## 客户评价

这次营销活动符合品牌曝光度的基本诉求，从涂刷工的社会关怀出发，挖掘油木工生活中积极健康、精彩却鲜为人知的另一面，改变社会大众的传统印象，撕掉固有的标签，进而呼吁更多的社会群体展现自身的另一面，最后再落回产品服务上，是比较巧妙的。

微电影精准选取3名典型的涂刷工进行“健康”理念的阐释：煲汤达人的健康、户外达人的健康、生活达人的健康，从不同方面强化了主题——健康家+面子大师。恰到好处地传递了品牌对健康的重视。

最后此次#我的另一面——是面子大师，也是健康家#被各大网络媒体报道转发，在用户之间也引起了一定的关注度和互动，更是受到涂刷工群体热烈响应，也来了一定的转化率。是非常成功的一场营销战役。



视频链接：

煲汤达人：<https://v.qq.com/x/page/x0503gdsrz5.html>

户外达人：<https://v.qq.com/x/page/d0503mmk83s.html>

生活达人：<http://v.qq.com/x/page/y05031b1y1s.html>