

新希望陈意涵活润元气社推广

◆ 广告 主:活润

◆ **所属行业**:乳业

◆ **执行时间:**2017.06.01-至今

◆ 参选类别: 创意类



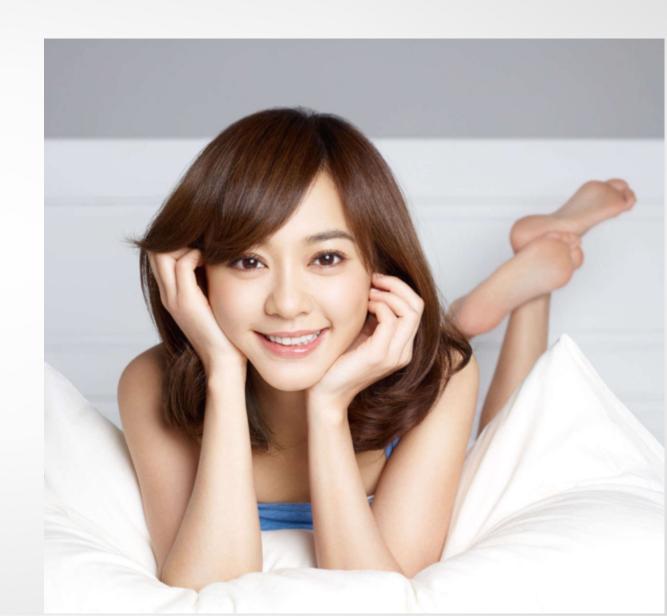
- 品牌营销的背景:活润是新希望乳业的酸奶品牌,其最大支撑卖点是源自美国的专利菌种"HORUN菌",润活肠道,优化肠环境。
- 挑战:我们寻找了陈意涵作为活润的品牌代言,但如何找到产品与代言人的连接点,并利用代言人的 影响力,来提升活润品牌的影响力,成为了我们最大的挑战。
- 最终实现的目标:帮助活润在2017年继续扩大品牌影响力,并进一步让消费者感知活润的菌种利益。
- 目标人群的洞察:现实生活当中,处处有压力。





活力是活润向消费者传达的利益

元气是代言人陈意涵最明显的特征印象





• 核心策略:我们决定成立活润元气社,让陈意涵和消费者一起#唤醒活力#,给消费者满满好元气。



创意实施:我们在网络自媒体上设立活润元气社和粉丝做互动





创意实施:打造年轻消费者最爱的陈意涵表情包





创意实施:将陈意涵的经典话语,制作为"元气语录"。









创意实施:

结合陈意涵打动粉丝的三个记忆点"跑步、闺蜜、旅行",拍摄了三支影像,向消费者传达肠道有活力,满满好元气的诉求。

《运动篇》

https://v.qq.com/x/page/q0539grdznc.html



《闺蜜篇》

https://v.qq.com/x/page/o0539mdylmn.html



《旅行篇》

https://v.qq.com/x/page/l0539ejuuc6.html





创意实施:

结合陈意涵跑步的运动特征,发起"一万公里的约定"活动,线下举办活力元气跑,和粉丝做近距离的互动。









案例总结视频:

https://v.qq.com/x/page/t0547dbku14.html











活润元气社的成立迅速得到代言人粉丝的强烈反响和支持,真正做到了明星粉丝到品牌粉丝的有效转化。