

# Move Free 天猫超级品牌日

- ◆ 广告主：Move Free
- ◆ 所属行业：保健品
- ◆ 执行时间：2017.02.03-03.03
- ◆ 参选类别：内容营销类

Schiff 旗下关节保护明星产品MoveFree在2017年2月计划与天猫超品日合作。Move Free希望借助天猫超品日强大资源和流量，发起一场全民动员，让全民参与进来养成健康的习惯，随时随地保护关节。同时深化品牌形象，建立产品记忆点，并在超品日期间让更多的消费者尝试体验Move Free提升骨关节健康。



关节养护  
是一辈子的事

通过国际认证:

USP  
DIETARY SUPPLEMENT  
VERIFIED  
美国药典原辅料认证

Proud sponsor of the  
ARTHRITIS  
FOUNDATION<sup>®</sup>  
In the U.S., Schiff is proud to support the  
Arthritis Foundation's efforts to help people  
take control of arthritis.  
美国关节炎基金会  
荣誉赞助商

NSF<sup>®</sup>  
Contents Tested & Certified  
美国国家卫生基金会认证

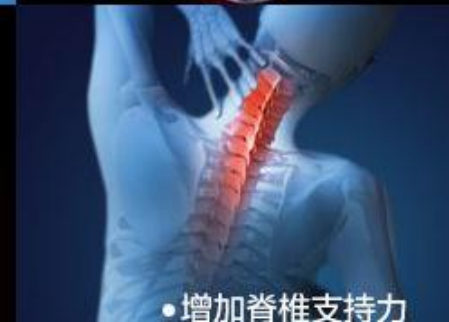
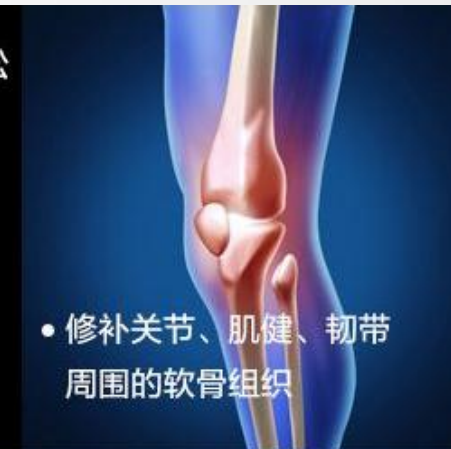
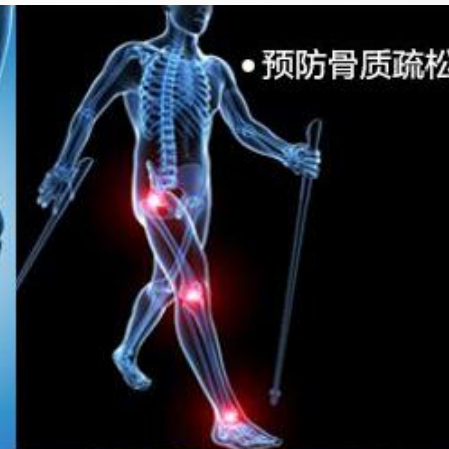
2014  
CHPA  
Consumer Health Product Association  
MEMBER  
美国消费者卫生  
保健产品协会

- 作为“骨关节健康”第一品牌，Move Free希望能够发起有效的倡导，让更多年轻人开始注重骨关节的健康，并将呵护骨关节健康落实到日常的生活。
- 同时深化品牌形象，建立产品记忆点。
- 在超品日期间让更多的消费者尝试体验Move Free提升骨关节健康。



在中国，骨关节保健远没有中医养生深入人心，人们往往会忽视它，特别是年轻人，认为只有上了年纪的人才需要注重。

如何才能改变消费者的认知，让人们意识到骨关节的健康保护很重要？我们希望结合消费者的日常行为习惯，提醒他们，关节健康保护，并不只属于中老年人，年轻人同样需要关注自己的关节健康。



# 無節操

结合用户的日常行为习惯，发起了全民“无节操”运动，  
将生活环境中随处可见的媒介成为消费者的“练操场”，让消费者与媒介互动，练习关节操保护骨  
关节。

“无节操”是指让你没有关节问题的操心，活力全开应付生活方方面面；  
同时，也是一种自我调侃，满足年轻一代自黑、自嘲的社交需求。

# 无节操 Let's Move

## 创意执行概要：

我们将地铁扶手变成练习关节的工具；将电梯广告、大型户外媒体变成引导用户练操场；将手机变成保护关节的健身器材；甚至还将无节操打造成广场舞，并发起无节操广场舞快闪事件，同步直播，引导销量。线上线下整合，打造闭环营销，实现传播目标。



地铁扶手  
成为练操工具



手机成为保护关节  
的健身器材



大型户外媒体  
化身练操场



打造无节操广场舞  
在娱乐中练操



无节操广场舞快闪事件  
同步直播，引导销量

## 一、在地铁里练无节操

### 引导受众关注骨关节问题

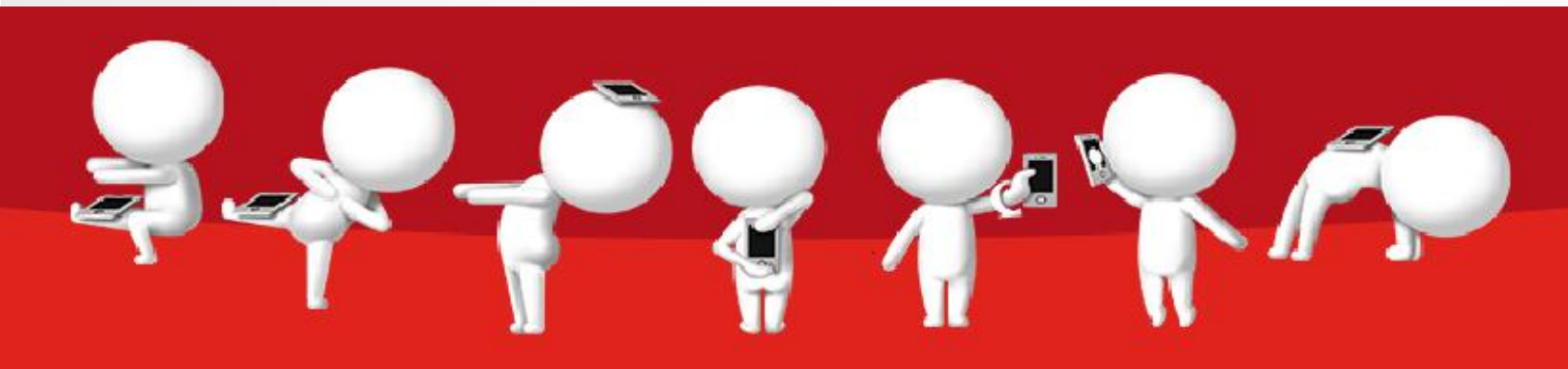
在预热阶段，为让更多人关注自己的关节问题，我们将地铁内的扶手变为“练操”工具。让用户在无聊的地铁时间里，可以按提示活动关节，觉察自己的关节健康状况，唤起对关节健康的认知。



## 二、在办公室练无节操

激发UGC，为活动制造话题

为了帮助更多的低头族动起来，我们以手机为无节操运动器材，创作了活动人体七大重要关节的动作，激发大家运动的兴趣，争相模仿动作，形成Social话题。



Move Free 益节 | 天猫超级品牌日

张弛自如单脚傲立  
你能做到吗？

赶紧来试试，一起舒展极限美姿

2.21 MoveFree天猫超级品牌日  
超大优惠“助”你新年活力全开



一起让膝关节  
活力全开  
ENERGY MAX

Move Free 益节 | 天猫超级品牌日

傲人后仰一“技”绝尘  
你能做到吗？

赶紧来试试，一起肩颈活如脱兔

2.21 MoveFree天猫超级品牌日  
超大优惠“助”你新年活力全开



一起让颈关节  
活力全开  
ENERGY MAX

Move Free 益节 | 天猫超级品牌日

万人膜拜的MJ太空步  
你能做到吗？

赶紧来试试，一起双脚风生水起

2.21 MoveFree天猫超级品牌日  
超大优惠“助”你新年活力全开



一起让踝关节  
活力全开  
ENERGY MAX



## 三、在户外练习无节操

### 盘活户外媒体，与用户产生互动

在日常生活中，广告媒体无处不在，我们既让它成为传递信息的窗口，更将它打造成为城市“练操场”，盘活广告媒体，让平时缺乏运动的人们，在接触广告的同时，也可以跟着练习无节操动作。让人们在等电梯的间隙，逛上海外滩的闲暇，或是远在纽约的时代广场，都可以随时爱护关节。



## 四、把无节操变成广场舞

### 打造病毒视频，扩散声量

在完成第一波的沟通之后，为了引爆社交媒体，吸引更多人的眼球，我们联合了《小苹果》的御用编舞王广成创造出MOVE FREE品牌独有的广场舞《无节操》，在公交车站、地铁站等地方，通过这样一套极具传播性的舞蹈，激发大家的参与和转发兴趣。号召大家在碎片时间一起来练习无节操，从而解决现代人缺乏运动或者就坐不动带来的关节问题，一起保护健康的关节。



## 五、无节操快闪事件

### 营销落地，引导销售

在线上线下都取得良好反响之时，MOVE FREE在天猫超品日当天迎来了爆发时机，在上海外滩由王广成带领人们一起完成《无节操》的快闪事件，当晚即引爆了外滩全场。随后与现场观众进行了有趣的问答环节，并且现场连线了远在北极探险的《侣行》夫妇，探讨在恶劣环境中拥有好关节的重要性。

当天，我们在天猫直播售卖，让消费者深刻意识到关节问题的重要性的同时，尝试体验用MoveFree保护关节健康。



## 一、传播效果

《无节操》《不畏向上，活力全开》视频播放总量达：**5,298,107**，覆盖人次  
**45,990,202**

KOL共发布17条内容，阅读总量达：**46,710,116**，总互动量：**10,000+**

线上线下联合投放，全面引爆活动：上海高端楼宇、淮海路大屏、地铁、外滩花旗大屏；  
美国时代广场大屏；线上视频网站；

**在搜狐、凤凰、华夏时报、Yahoo**等境内外媒体有**270篇**新闻稿对活动进行报道；

## 二、销售效果

### 销量喜人：

超品日活动，实现单日销售**470万**，48小时销售**690万**，实现全年**第二峰值**。

### 新客户转化效果好：

在超品日当天，有**72.5%**的下单客户为**新客户**，可以看出营销活动对于潜在客户转化十分有效。

### 订单转化率高：

在超品日当天，转化率同比增长超过**100%**，实现了极高的订单转化率。

- MoveFree此次联合天猫超级品牌日的营销活动，整合多渠道，将日常生活中常见的媒介，打造成可以与用户产生互动的“练操场”，号召用户利用碎片时间，在工作生活之余随时随地练习无节操，保护关节。
- 此次营销带来很好的效果，在没有促销优惠的情况下，实现了产品销售全年第二高峰。但活动的真正成功不在于销售量，而是在于盘活简单的媒介，帮助消费者保护骨关节，收获健康。