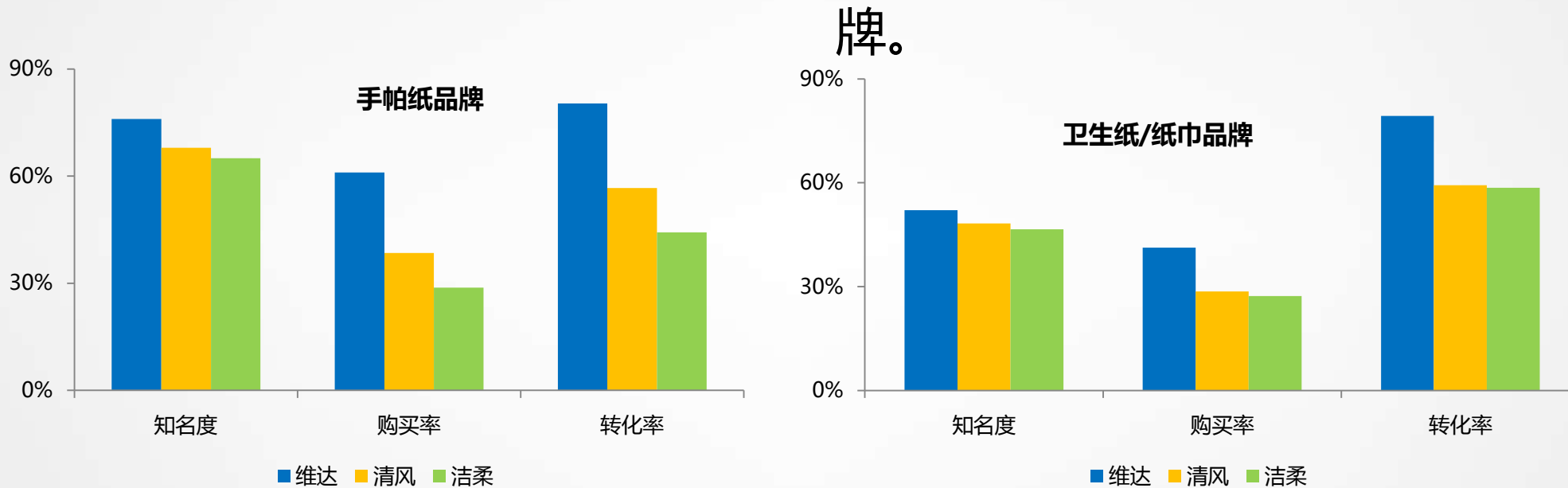


“纸因有你，有爱有洁柔” 洁柔以书换纸公益行

- ◆ 广告主：洁柔
- ◆ 所属行业：快消品
- ◆ 执行时间：2016.06-10
- ◆ 参选类别：内容营销类

合作背景：洁柔纸巾品牌知名度与竞品差距不大，但购买率低于竞品



合作目标：通过整合传播，拉升品牌知名度，提升品牌美誉度；嫁接线下渠道，增强用户产品体验，活化销售不好的终端门店

一路向C实效传播方式

传播内容

解决“说什么”

- ✓ 产品概念，品牌内涵等
- ✓ 利益点、RTB、机理等



传播方式

解决“怎么说”

- ✓ 认知度？知名度？
- ✓ 硬广或软性？指标多少？
- ✓ 单向沟通或互动沟通？



传播渠道

解决“在哪说”

- ✓ 媒介渠道组合
- ✓ 媒体资源组合（插口、位置等）
- ✓ 线上与线下、公关的组合



从传播内容、传播方式、传播渠道

创新 突围？

传播内容创新——打造品牌公益IP

事件营销——“**纸因有你，有爱有洁柔**”童书乐捐公益活动

策略——传播“**感恩、分享爱**”的品牌理念，提升品牌高度

时制造传播热点，**借势推广Face可湿水纸巾**，提高消费者对产品的认知度

市场终端承接活动，活化品牌销售渠道。



C&S
中顺洁柔



传播内容创新——创意表现

1. 手绘预热漫画



<http://mp.weixin.qq.com/s/aYIWIR4fIq0BjpciyeIThg>

4. 现场活动素材



这五位青春洋溢的初中生通过阅读了解到病友，上周六一起申请捐赠图书，他们表示：这个过程十分有意义，因为可以帮助偏远地区的孩子，同时也希望捐赠给更多的朋友、同学。

<http://mp.weixin.qq.com/s/xad-XX7LFp-OEY-FMclgBA>

5. 收官回顾长图设计



2. 活动花絮

"纸因有你，有爱有洁柔"公益捐书 | 首场活动花絮

2016-06-18 中顺洁柔

6月18日，中顺洁柔与满天星青少年公益发展中心联合举办的“纸因有你，有爱有洁柔”大型捐书活动，终于正式登陆广州华润万家（乐陶圣地店）啦。

本次公益活动旨在让家长和孩子一同参与，教育孩子学会分享、懂得珍惜。这么有意义的捐书活动，当然少不了各位街坊、朋友的支持。快随小编的节奏来一探究竟吧~



活动刚开始咯~你们准备好了吗?

3. 网络热点

【公益】关于阅读，从日本孩子在清迈机场读书说起.....

2016-07-01 中顺洁柔

昨天，你的朋友也和小编一样，被这一则新闻刷屏了吧。

一名泰国网友Pawana分享多张照片，并配上文字：这些日本孩子在机场读书，令人非常感动。希望泰国的小朋友，也能像他们一样，热爱阅读。

一本书的分量竟然不亚于米歇尔的演讲?

2016-07-29 中顺洁柔

近日，在美国民主党全国代表大会上，美国第一夫人米歇尔奥巴马的演讲引发众多喝彩。这场精彩的演讲在网上被刷屏，引来众多路人点赞。关于孩子未来的观点更是引起众多网友的共鸣。演讲中她称奥巴马将为孩子塑造美好的未来，还称赞她为孩子做的努力。



她对希拉里的信任，就来自于希拉里对孩子所做出的努力。

【公益】同样都是学霸，为什么世界名校偏偏向他们示好?

2016-07-12 中顺洁柔

7月份高考分数线陆续出炉，金榜题名的学霸们成了大家关注的焦点。大家羡慕的，受到名校青睐的学霸并不像想象中那样不近人情，一心只读圣贤书，他们热爱课外书。

【公益】从刘星到余罪，没想到你还是这样的张一山!

2016-07-16 中顺洁柔

张一山，印象一直是《家有儿女》中饰演刘星的张一山。最近热播剧《余罪》成功转型硬汉形象，被赞的小鲜肉如今收获粉丝无数。

近日，这位90后演技红子展现出邻家哥哥的另一面。身为山区儿童图书捐赠者，呼吁大家关注并重视每一个孩子的成长环境。



除了张一山化身阅读者参与公益，最近热播剧《余罪》主演张一山也通过微博呼吁大家关注山区孩子阅读，但微绵之力让他们更

火遍网络的“北京瘫”，对孩子的危害这么大?

2016-07-25 中顺洁柔

孩子们的欢乐暑假又到来，可是各位爸妈却陷入万般的无奈之中。为啥呢?还不是因为家中的小霸王沉迷电视，最后还躺成了如图所示的“北京瘫”。



看起来舒服，但颈椎长期受身体下沉，身体中轴线后突出，导致颈椎畸形，尤其背，长期不注意坐姿更容易诱发颈椎间盘突出症。

- ❑ 首场活动预热设计了手绘素材，吸引网民关注；
- ❑ 首场活动当天现场取材，及时整理现场活动花絮，及时更换到微信菜单，以便网民能及时了解到活动详情。
- ❑ 综合结合网络热点，保内容热度，增加可读性。
- ❑ 现场好人好事素材取材，丰富传播内容。
- ❑ 收官回顾盘点，活动总结。

传播方式创新

两大改变

说教填鸭式



创意、趣味

功能教育



情感互动

基于两大改变，与消费者沟通渠道改变，媒介策略调整

传播渠道创新

电视

互联网

公关
活动

线上

+

线下

传播渠道创新 ——电视硬广TVC

在广州新闻频道全周投放“公益活动版”广告片，
借助电视媒体影响力扩大活动宣传广度



洁柔“公益活动版”广告片

电视新闻报道做权威背书

广州新闻频道民生新闻栏目《新闻日日睇》现场及送书报道，**权威背书、推广活动的同时，传播品牌正面形象。**

送书报道：共2条



6月16日预热报道



6月21日活动报道



6月30日活动报道



8月4日送书报道



7月14日活动报道



9月1日活动报道



10月18日送书报道

活动周边三公里户外传播



活动花絮



"纸因有你，有爱有洁柔"公益捐书 | 首场活动花絮

2016-06-18 中顺洁柔

6月18日，中顺洁柔与满天星青少年公益发展中心联合举办的“纸因有你，有爱有洁柔”大型捐书活动，终于正式登陆广州华润万家（乐购圣地店）啦。

本次公益活动旨在让家长和孩子一同参与，教育孩子学会分享、懂得珍惜。这么有意义的捐书活动，当然少不了各位街坊、朋友的支持。快随小柔的节奏来一探究竟吧~



活动要开始咯~你们准备好了吗?

网络热点

【公益】关于阅读，从日本孩子在清迈机场读书说起.....

2016-07-01 中顺洁柔

昨天，您的朋友圈也和小编一样，被这样一则新闻刷屏了吧。

一名泰国网友Pawana分享多张照片，并配文：本学生坐在地板，椅子上人非常感动，希望泰国玩手机，随身带一本书。

Pawana Surisapachak 2016-07-01 08:00



一本书的分量竟然不差于米歇尔的演讲?

2016-07-29 中顺洁柔

近日，在美国民主党全国代表大会上，美国第一夫人米歇尔奥巴马力挺希拉里的演讲赢来众多喝彩。这场精彩的演讲在网上被刷屏，引来众多路人点赞。关于孩子未来的观点更是引起众多网友的共鸣。演讲中她称希拉里将为孩子塑造美好的未来，还称赞她为孩子做的努力。



她对希拉里的信任，就来自于希拉里对孩子所做出

【公益】同样都是学霸，为什么世界名校偏偏向他们示好?

2016-07-12 中顺洁柔

7月份高考成绩陆续出炉，金榜题名的各省学霸们成为了大家关注的焦点。大家惊奇地发现，受到名校青睐的学霸并不像想象中两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书，他们爱读课外书。

【公益】从刘星到余罪，没想到你还是这样的张一山!

2016-07-18 中顺洁柔

张一山，印象一直是《家有儿女》中饰演刘星的发马机灵。最近凭着网剧《余罪》成功转型痞子卧底，昔日的小童星如今收获粉丝无数。

近日，这位90后演技扛把子展现出邻家温暖大哥哥的另外一面，亲自为山区儿童朗读图书，呼吁大家关注并重视每一个孩子的阅读环境。



除了张一山化身朗读者参与公益，就连热衷慈善的赵本山也支持女儿赵超通过微直播为山区孩子筹款，尽绵薄之力让他们吃

火遍网络的“北京瘫”，对孩子的危害这么大?

2016-07-25 中顺洁柔

孩子们的欢乐暑假又到啦，可是各位爸妈却陷入万般的无奈之中。为啥呢？还不是因为家中的小霸王沉迷电视，最后还躺成了如图所示的“北京瘫”。



看起来舒服，但腰椎长期受身体会下沉，身体中轴线后突出，导致脊椎畸形。尤其青，长时间不正确坐姿容易导致形体出现异常。

互联网公益话题，单话题阅读量过4500万

#纸因有你，让书本插上爱的翅膀#公益话题



- ◆ #纸因有你，有爱有洁柔#活动话题于6月25日当天登顶微博话题榜及公益榜；
- ◆ 7月30日-31日红光小学送书日前后，3次上榜热门话题。

截止10月21日，微博话题阅读量**4669.5万**，讨论量达**16.3万**，粉丝量达**638人**。

6月25日当天进入微博话题榜及登上公益榜第一位；

7月31日上榜公益话题榜第一位；

7月30日晚上上榜综合热门话题榜第5位；

7月31日当天上榜综合热门话题榜第9位和第7位。

活动参与家庭数量统计

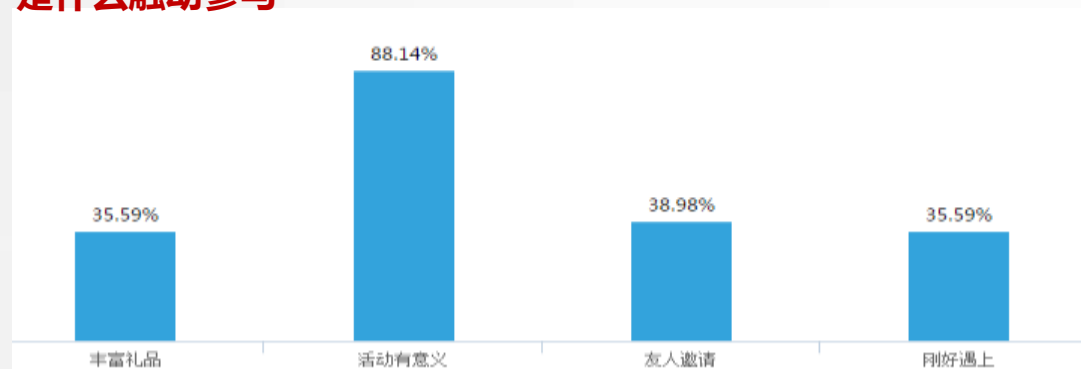
公益活动持续三个月，共322个家庭参与活动，直接影响近千人

活动参与家庭数量统计									
时间	活动场地	执行场次	电视	微信	派单	现场推广	微博	框架	总计
6月	华润万家（乐购圣地店）	1	2	1	10				13
	华润万家（天河乐购店）	2	25	14	13				52
	华润万家（花都店）	1	2	1	4				7
7月	华润万家（天河乐购店）	5	12	15	20	8		5	60
	广百超市（天河中怡店）	5	29	25	7	14	4	6	85
	卜蜂莲花（车陂店）	1	2	3	4	1			10
8月	百佳超市（富景店）	4	19	14	17	20	1	23	94
总计		19	91	74	75	43	5	34	322

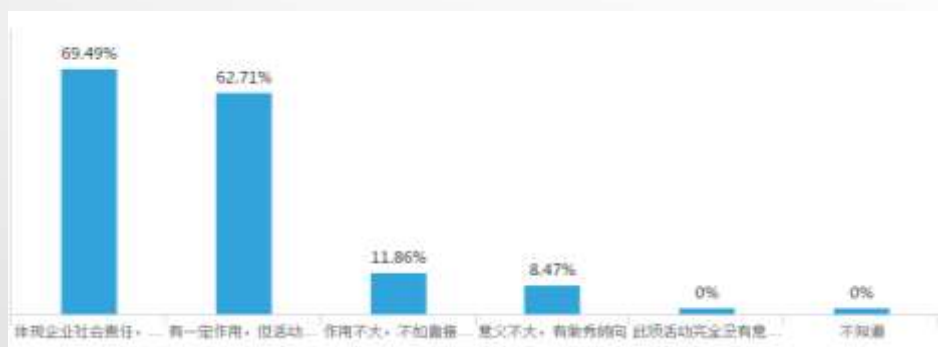
备注：人数按照每个家庭3人计算
数据来源：现场统计 2016.06-08

网上调研情况

是什么触动参与



对洁柔此次捐书活动的看法



- **活动的意义以及礼品较能触动网民的参与度**，以后企业在做类似活动的时候，可以尽量强调活动的意义，让消费者产生共鸣。另外，活动物料的设计以及消费者的二次传播也是需要重视的。
- 总体来看，绝大部分**受访者对此次活动的认可度较高**，**网民对本次活动印象较好**。

THANKS !