

京东3.8性别交换日

- ◆ 广告主：京东
- ◆ 所属行业：电商
- ◆ 执行时间：2017.03.07-03.09
- ◆ 参选类别：大数据营销类



3.8女神节:

各电商平台每年最为关键的促销战役之一。历年来，让用户下单犒赏自己或者关爱身边女性是女神节永恒的核心，而如何从海量的电商促销主题中脱颖而出，作出**差异点**成为京东本次品牌投放的重点。

从京东本身分析:

参考京东女神节、蝴蝶节、618狂欢节，3.8节主要以促销和造节手法，进行推广，诉求上对女性价值有明显尊重与体现。

从行业竞品分析：



各大电商的3.8几乎都以女性的核心身份围绕“宠爱与犒赏”布置主题

天猫国际女王节



撒娇节



宠爱女人节





1

在3.8的节点上，搏杀各大电商平台促销活动

2

满足客户诉求，帮助京东推家电专场和面膜专场两个促销专场

3

利用社会话题引起广泛关注,助力品牌传播

4

提升品牌的业内高度



一个洞察是

女性的付出，在中国社会中
自古以来长时间 被忽略。
这是整个社会的弊病。



让爸爸带孩子，几乎是手足无措的



当男性体验分娩的时候，纷纷表示承受不了这种痛苦

如果，身份对调呢？

创意核心

性别 互换

通过一场男性集体式的反省，让女性的点点滴滴付出不再是“理所应当”，不再是“应该做的”。以此发起一场性别交换的倡导，让男性体验女性的一天，看看是否能胜任那些女性早已习以为常的事情，以男性更珍视女性的付出，让女性心疼自己多一点为价值主张，开展以“**#性别交换日#**”为主题的线上活动，通过男性对女性的习惯性忽视，以及女性承担太多家庭与工作的压力为共鸣点，引发广大目标群体关注。

策略：

从海量电商节中脱颖而出，
需要从“犒赏自己”的概念
基础持续向下深挖

找出社会痛点

为此猎豹移动采取**行为大数据分析+场景营销+社会洞察**的组合方式，为京东商城精心设计了一场具有社会洞察与话题性的精准品牌投放活动，一改原先的纯促销、纯低价的价格战营销方式，最终达到品牌曝光及影响力双赢的效果及目的。

Roadmap

推广主题：#京东3.8性别交换日#

STEP1

STEP2

STEP3

预热

爆发

发酵

3.7

性别互换日
3.8

3.9

充分利用猎豹给力资源包的优势，为京东引流明显销售量

传播目标

在3.8的节日营销里，搏杀各大电商营销动作

通过“性别交换”引起强烈的社会关注度

提升品牌的业内高度

推广平台

猎豹清理大师APP开屏
微博：浏览器、清理大师

猎豹清理大师APP开屏
移动端猎豹浏览器皮肤
猎豹app端内push
猎豹安全大师全屏划锁

微信：业内大号

一、预热期：创意执行 + 媒体组合

情景聚合，开屏导流

1. 人群匹配

- 猎豹大数据平台进行人群精准定位，对女性、已婚、青年、网购常态标签用户进行分层定向。

2. 场景匹配

- 通过不同类型的场景文案，以生活场景为主，吸引目标用户关注，引起共鸣。

3. 强势导流

- 开屏创意文案对应京东不同的品类专场，引导用户观看-共鸣-点击-挑战-购买，形成完整的效果转化链条。



新媒体矩阵

一、预热期：创意执行 + 媒体组合

媒体组合

- 官方微博发布#京东3.8性别交换日#主题海报，利用微博强大的社交传播力，进行“性别交换日”的推广传播，猎豹系媒体矩阵开始强曝光。



二、爆发期：行为覆盖 + 多维触达

猎豹多维广告，矩阵强势触达

四维资源覆盖用户

- 通过猎豹全屏划锁、清理大师&安全大师PUSH、浏览器皮肤、开屏等重要资源矩阵，实现了标用户使用手机行为过程中的全覆盖。

场景 + 内容化提升点击

- 每个创意素材采取原生+场景式的体现，自然融入到用户使用手机的种种环节中，有效提升了点击率。

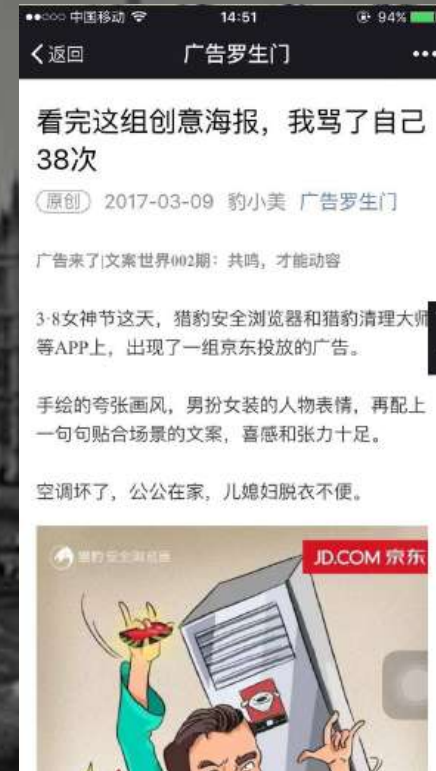


三、发酵期：二次传播 + 行业拔高

传播到达

- 利用微信公众号以及朋友圈强大的社交传播力进行“性别交换日”的长尾推广，从品牌主张、品牌文化、创意洞察等层面升华内容，从而实现提升京东业内品牌影响力的意义。

二次深度传播
拔高活动价值



经过在猎豹安全浏览器、猎豹清理大师、猎豹安全大师等猎豹APP黄金资源矩阵上，投入了PUSH、全屏滑锁、主界面皮肤、礼盒等等一系列转化率最高的广告资源位。让猎豹移动广告投放的内容，变得更加鲜活，更具内容感和话题性，超预期的帮助京东完成3·8节的电商突围战。



推广**48小时**期间

在本案例中，猎豹移动通过“性别交换日”的创意概念，以猎豹移动广告大数据平台为主，猎豹移动黄金资源位为入口，为京东商城精心设计了一场具有社会洞察与话题性的精准品牌投放活动，一改原先的纯促销、纯低价的价格战营销方式，最终达到品牌曝光及影响力双赢的效果及目的。



移动端线上累计完成：**1000W+ 品牌曝光**
新媒体：**50W+ 粉丝**



微博发布：猎豹清理大师、猎豹浏览器
微信发布：猎豹清理大师、广告罗生门

行为大数据 之品效合一

在本案例中，猎豹移动通过“性别交换日”的创意概念，以猎豹移动广告大数据平台为主，猎豹移动黄金资源位为入口，为京东商城精心设计了一场具有社会洞察与话题性的精准品牌投放活动，一改原先的纯促销、纯低价的价格战营销方式，最终达到品牌曝光及影响力双赢的效果及目的。