

精简至尚

4月27日西门子家电天猫超级品牌日

- ◆ 广告主：西门子家电
- ◆ 所属行业：家用电器
- ◆ 执行时间：2017.04.17-05.19
- ◆ 参选类别：媒介整合类

背景：

如今消费者生活被各种家电所烦扰，西门子家电想借天猫超级品牌日来宣扬一种精简生活的概念，呼吁消费者回归生活本质。

目标：

- 1. 病毒视频阐述精简理念
- 2. 明星social传播，扩大品牌声量
- 3. 诠释西门子的精简主义，完美展示产品
- 4. 借助直播与媒体平台互动曝光，推广活动

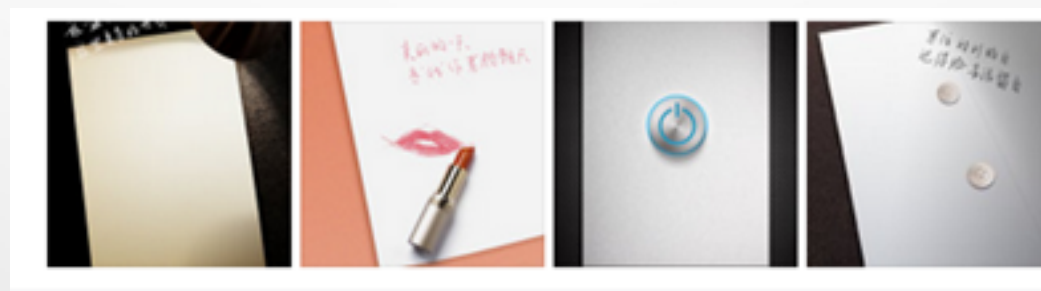


策略：

- 通过明星造势，强势吸睛，炒热线上话题，阐述各自人生主义，热推品牌理念；
- 线下专题展的现场直播，带动线上互动；优质媒体流量，强势引流，借助不同媒体活动，向4类人群推送活动H5，并引导参与线下活动；媒体专题互动，激发网友兴趣并参加艺术展；
- Social部分扩大活动传播范围，与潜在受众及需求者深入沟通。

	Decoration	Fashion	Travelling	News	EPR	Social	
		VOGUE yohoi					
Effect	Campaign topic spreading	- Campaign topic spreading - Celebrity invitation	- Campaign topic spreading - Premium UGC content generated	Video spreading	- Campaign EPR communication - Sustained brand exposure	Topic and Posters spreading	
Method	- Special page - Banner ads	- Special page - Banner ads - Weibo & Wechat	- Special page - Weibo	Banner Ads	PR Article	Article	
Budget	 ¥165,000 6%	 ¥1,221,800 45%	 ¥150,000 55%	 ¥252,000 10%	 ¥193,446 7%	 ¥32,860 1%	 ¥715,000 26%

- 传播硬广物料



第一阶段

- Social传播——活动预热,聚焦关注，微博KOL发布线上互动：精简至尚

第二阶段：活动引爆，传播扩散，活动现场花絮/明星采访视频放出，持续制造声量

- 联合天猫直播，对活动进行现场直播
- 微博平台直播链接引流用户观看
- 满减红包等激励机制,帮助实现销售精准转化
- 线下活动出席KOL
- 同时发布直播链接导流微博
- 引流消费者观看

第三阶段

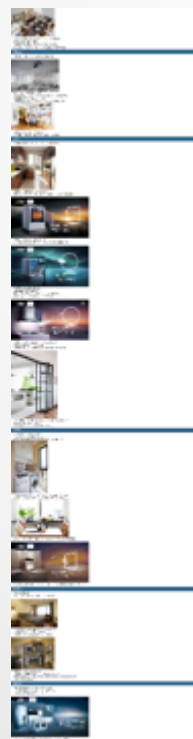
- 持续传播，KOL、EPR等多维度进行现场图片传播，谈论精简至尚的生活方式

• 窝牛

• Special Page PV: 159,864

- **Content:** Campaign topic spreading with posters
- **Effect:** Consumer education

Special page



美食好吃，但做美食的过程却不见得多享受
拥挤的厨房早就让你手忙脚乱，偶尔想做个西点面包，实在没地方让自己施展

精准控温
烘焙不操心

选择一个嵌入式烤箱不失为一个解决办法
嵌入式设计不仅不占用空间，精准的控温和效果还能让你的烘焙更出色

想把总在厨房忙碌的自己解放出来
洗碗机就是必须推荐的厨房好物
胜过手洗的清洗效果，又绝对节省了时间，保护了自己的双手
每天吃完饭后把碗筷交给洗碗机，好时光要留给自己

强劲表现
厨事不操心

采用嵌入式烤箱、洗碗机设计亦能够让厨房大为改观
精简明快的空间让烹饪都变得更有趣
油烟机当然也不例外，强劲的吸烟效果，油烟不缭绕，厨事才不操心

<https://www.lingduohome.com//adSubject/17/600>

• Vogue

- **Content:** Campaign topic spreading
- **Effect:** consumer education

Content

设计圈的大拿教你如何精简生活

2017-04-21 IMC VOGUE

近年来简约主义在设计圈甚为风行。从时尚舞台，到室内设计，到建筑风格……时尚圈以简约生活为方式的都市男女越来越青睐“简”的美，成为时下流行的生活理念和现象。但简的并不意味着简单，并不意味着舍弃，而是在干净利落的设计之下蕴含看独具创意的美学精神和人文主义气息。



http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5OTAzNzgWMA==&mid=2650491989&idx=5&sn=5f81af45adb02fa7ad33b586be0b2f32&chksm=bece725289b9fb4425a430e6514be6f60d067fc5c29524686dc5f62f0960bfac67cc75ff1b6b&mpshare=1&scene=1&srcid=0424IS9LZT0uo3L0xk5nPIXZ#rd

德国人如何精简生活？

2017-05-13 IMC VOGUE

作为这个世界上最有效的国家，德国人早在1919年就提出了影响全球设计理念的Bauhaus理念。在他们看来，真正好的设计应该摒弃所有过于繁复的外壳，以简洁的方式来提升生活效率。在包豪斯风格的指导下，各种设计种类，都以简单的几何形态、简洁的色彩搭配和工艺流程来制作。这一理念更深刻影响了之后的建筑大师路德维希·密斯·凡·德·罗，让他提出了著名的“Less is more”的设计金句。



纵观如今德国的设计，也一直秉持着“精简主义”的美学标准。正如西门子家电，赋予“精简主义”全新的诠释。舍弃了在生活中明显大于利处的复杂设计细节，用最基础的“功能性”元素入手，采取了非对称、不规则的布局结构，虽然舍弃了花枝外饰，但通过各个内在部件之间的精心搭配和处理，创造出简洁、清新、朴实并富有动感的艺术形象。

<http://mp.weixin.qq.com/s/vZUysQhTyZYK4OGflxyqg>

- Wechat Read: 32,387

Weibo



http://weibo.com/1655526104/r3erqjWNR?ref=home&type=comment#_rnd1494836662206
http://www.weibo.com/1655526104/F3Oqc25HZ?from=page_1002061655526104_profile&wvr=6&mod=weibotime

- Weibo Interaction: 4,231

Special Page



http://mini.vogue.com.cn/voguemini/news_1744366ec4f2dd24.html

- Special Page PV:
- 92,136

• 线下活动

Celebrity invitation & Offline live show support



Video Warm-up

Video view: 190,000
Post Interaction: 1,970



Live show

Live show view: 204,979
Comments: 73,744



Post Communication

Post Interaction: 1,801

- Yoho

<http://www.yohoboy.com/news/index-21197-0-0.html>

Content

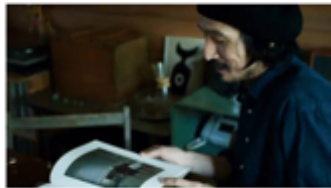
了不起的生活，不是一无所有的极简，而是保有品位的精简至简
Fashion | 04.19.2017



Enjoy the simple things in life
For minimalist you will realize
the

一个最会生活的男人 小林和人

“从极简和平和”的设计理念，
不会因为时间而变得陈旧，
而是随着时间而变得更加珍贵。
在一种极简主义的氛围中，
会呈现出一种独特的生活感。
——小林和人



如果要用更简单的话来描述小林和人，那么就是设计家（Casa BRUTUS）和（Pen）。作为日本最会生活的男人，小林和人不仅在设计上有着极高的造诣，更在生活的每一个细节中，都体现着他对生活的热爱。他的设计不仅为世界各地的人们带来了灵感，更让人们看到了自己的作品能进入他的生活展示为荣。

小林和人的4条生活标准

1. 随着使用时间推移而变得更美的物品
2.

△Siemens携手YOHOPÉ设计师Ian.Lu推出「精简至简」系列收纳布



△Siemens携手YOHOPÉ设计师Hero推出「精简至简」系列礼品盒

正如开篇所说：享受生活中简单的事，总有一天你会发现其中充满无限乐趣，这即是适合当下大众精简至简的生活方式。

保持对我们以及西门子家电的关注，我们将为各位带来更多惊喜。

- Special Page PV: 5,135,824

- **Content:** Campaign topic spreading
- **Effect:** Consumer education

• 蚂蜂窝

http://m.weibo.cn/status/4097549411123005?wm=3333_2001&from=1071093010&sourcetype=weixin
<http://www.mafengwo.cn/g/i/6876524.html>

Content



- Special Page PV: 81,888
- Topic Interaction: 206

- **Content:** Campaign topic Spreading
- **Effect:** High-quality UGC content generated

- Online Ads

PC online ads

Cost: ¥118,000
Imp: 11,809,236
Click: 97,715
CPC: ¥1.21
CPM: ¥9.99
CTR: 0.83%

VOGUE yoho!



MOB online ads

Cost: ¥915,775
Imp: 59,423,569
Click: 580,593
CPC: ¥1.58
CPM: ¥15.41
CTR: 0.98%



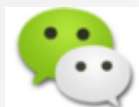
VOGUE
yoho!



- Media Content

Media	Cost	Content	Effect
	free	Special page	PV: 159,864
	¥38,000	Wechat Weibo Special page	Read: 32,387 PV: 92,136
	¥95,000	Special page	MOB&PC Total PV: 5,135,824
	¥ 84,000	Weibo Special page	PV: 81,888 Interaction:206

- Social Marketing



Wechat	Cost	Read	Forward	Like	Interaction
Official	N/A	52,291	459	668	53,418
Influencer	565,000	432,885	12,293	3,154	448,332
Total	565,000	485,176	12,752	3,822	501,750

Weibo	Cost	Forward	Comment	Like	Interaction
Influencer	150,000	13,611	12,714	18,448	44,773
Total	150,000	13,611	12,714	18,448	44,773



Influencer	Cost	Read /Comment	Forward	Like	Interaction	Interaction Achievement	CPA
创意铺子	85,000	53,646	306	467	54,419	109%	1.56
设计邦	120,000	100,314	2138	327	102,779	103%	1.17
什么值得吃	65,000	55,471	317	153	55,941	102%	1.16
Voicer	75,000	44,932	1880	165	46,977	157%	1.60
阿sam的午夜场	130,000	53,871	1,513	605	55,989	112%	2.32
妖精边儿	90,000	124651	6139	1437	132,227	132%	0.68
回忆专用小马甲	80,000	7,402	6,766	10,000	24,168	110%	3.31
英国报姐	70,000	5,312	6,845	8,448	20,605	114%	3.40

• EPR

Total Published : 53

Total Reading : 380,457

Ifeng&Tencent

西门子家电力推精简主义家空间

Published: 2

Read : **267,187**



PChouse

西门子家电力推精简主义家空间

Published: 1

Read : **72,423**



Media with out banners

西门子家电力推精简主义家空间

Published: 50

Read : **40,847**

