

西门子家电 IQ700整体厨电

- ◆ 广告主：西门子家电
- ◆ 所属行业：家用电器
- ◆ 执行时间：2016.12.26-2017.02.18
- ◆ 参选类别：媒介整合类

背景：

在中国曾经的消毒柜已逐渐被废弃，洗碗机逐渐会取代消毒柜的位置，结合普及率和消毒柜的发展，嵌入式厨电会是必然的发展趋势，而在当下，大部分家庭还并未使用嵌入式厨房甚至都未有嵌入式厨房的概念。

目标：

- 在进一步提高品牌知名度的同时，让更多消费者了解嵌入式厨电，促进全品类的发展。
- 以“释放厨房空间，悦享美食美刻”为主题，唤起消费者对嵌入式厨电特别是烤箱蒸箱的热情。
- 传递“释放厨房空间，悦享美食美刻”的品牌核心，从情感利益点与消费者沟通。

策略：

根据slogan-释放厨房空间，悦享美食美刻，分为两个部分推广整个项目

- 释放厨房空间

媒体选择：装修类 家装类 门户类，针对厨房层面的宣传，从嵌入式厨房设计切入，融合家电与厨房，嵌入式厨电改变人们的生活方式，未来嵌入式厨房大有可为

- 悦享美食美刻

媒体选择：美食类 针对美食层面的推广，烤箱、蒸箱产品品类的产品利益点宣传，分享美食内容创作，实时互动；品牌专区建立，长期沟通桥梁



- 篱笆：

在以用户为核心的装修垂直门户，以闲聊讨论板块置顶帖、硬广引流、微信推广的形式，用户分享自己家的厨房的空间利用什么需求，或有哪些不合理，如果是嵌入式设计可以带来哪些改变的置顶帖。在参与的网友中抽取1名最佳回复获得“嵌入式厨房量身设计”大奖，抽取10名幸运用户获得小奖品1份。

- Pchouse

从不同层面与消费者沟通的专题页面

- 网易

联合网易打造内容“一场时代的穿梭”原生策划，以媒体视角回顾中国家庭厨房变迁史，以时代场景引发食代变迁，引发消费者情感共鸣，体现西门子厨电历史的同时，以今昔对比展现，西门子嵌入式厨电的优越性。国人厨房生活变迁史，引发用户怀旧共鸣，厨房场景交互体验，感受iQ700嵌入式厨电带来的便捷。更邀请了一对KOL夫妻，作为设计师的丈夫与美食家妻子一同至西门子家电体验中心接受采访，聊自身对于嵌入式厨电的感受。

- 豆果

建立品牌专区，长期与消费者建立互动沟通

另外EPR部分在新闻类媒体上发布“家里的每一平米，都值得被用心对待”的文章，如：环球家电网、zaker、网易、腾讯、凤凰、搜狐、今日头条，共计获得100多万的阅读量，而后期配合西门子家电植入的热门美食类自媒体节目《鸚鵡厨房》，再发布“只要过出仪式感，每天都是情人节”的软文。

篱笆BBS链接：

http://www.libaclub.com/t-7303_9555010_1.htm



EPR部分在新闻类媒体上发布“家里的每一平米，都值得被用心对待”的文章

<http://www.toutiao.com/i6374572561614766593>



PChouse从不同面层与消费者沟通的专题页面

<http://www1.pchouse.com.cn/zt/gz20161223/siemens/index.html>



联合网易打造内容“一场时代的穿梭”原生策划

<http://go.163.com/2016/1226/siemens/>



豆果建立品牌专区

<http://www.douguo.com/u/u82125851767742.html?winzoom=1>



- 本次总PV达到近200万，总曝光与点击已完成率已达120%，2亿7千万的总曝光，其他内容层面，网易H5的直播视频，实际播放4.3万次，弹幕达到2万条，网友对其产生兴趣而自主分享1万余次，点击购买的次数也超过8000。在豆果美食品牌专区仅仅上线半月之际，已有6000多的活跃粉丝，9000多人将其添加至收藏。整体效果令人满意。