

小Biu818真减·来撸鸭

H a v i n g F u n T o g e t h e r

H5二维码



01

传播环境

02

传播主体

03

项目阐述

04

执行效果





0 1

传播环境

传播环境

直播带货、私域流量、场景营销、人货场.....

2020

所有营销热词无疑都指向了品牌爸爸们的一个需求

品效合一

品牌和销售效果
如何
协同合一



用户

消费者尤其是年轻消费者的消费特征：

重视体验感

好看的皮囊千篇一律，新鲜的体验万里挑一

于是，**场景营销**成为品牌与消费者沟通的一个重要手段。

用户+热点+互动成为场景营销的基本配置

流 量

流量当道时代，通过建立流量渠道，打造自己的流量生态，成为品牌的必然选择。

如何为自己打造一个能存住流量、推动产品并可以引导用户反复消费的环境？

平台基本面+成交工具+合作者+参与者

成为品牌基本面运营和整体生态互动的设计

场景营销

+

流量生态

让品效合一成为可能



0 2

传播主体



传播主体

苏宁小Biu是苏宁推出的自主智能硬件品牌，基于苏宁互联网技术、苏宁内容优势及苏宁智能零售生态，打造的服务于家庭及个人消费者的硬件产品，致力于为消费者提供兼具科技、时尚、品质的智能产品及智慧生活解决方案。

自2018年成立以来，苏宁小Biu已拥有超20大品类，超过60个SKU，完成了全屋智能家居生态布局，覆盖智能家电、智能家居、影音显示、智能穿戴和车联网等多个场景。



0 3

项目阐述



项目背景

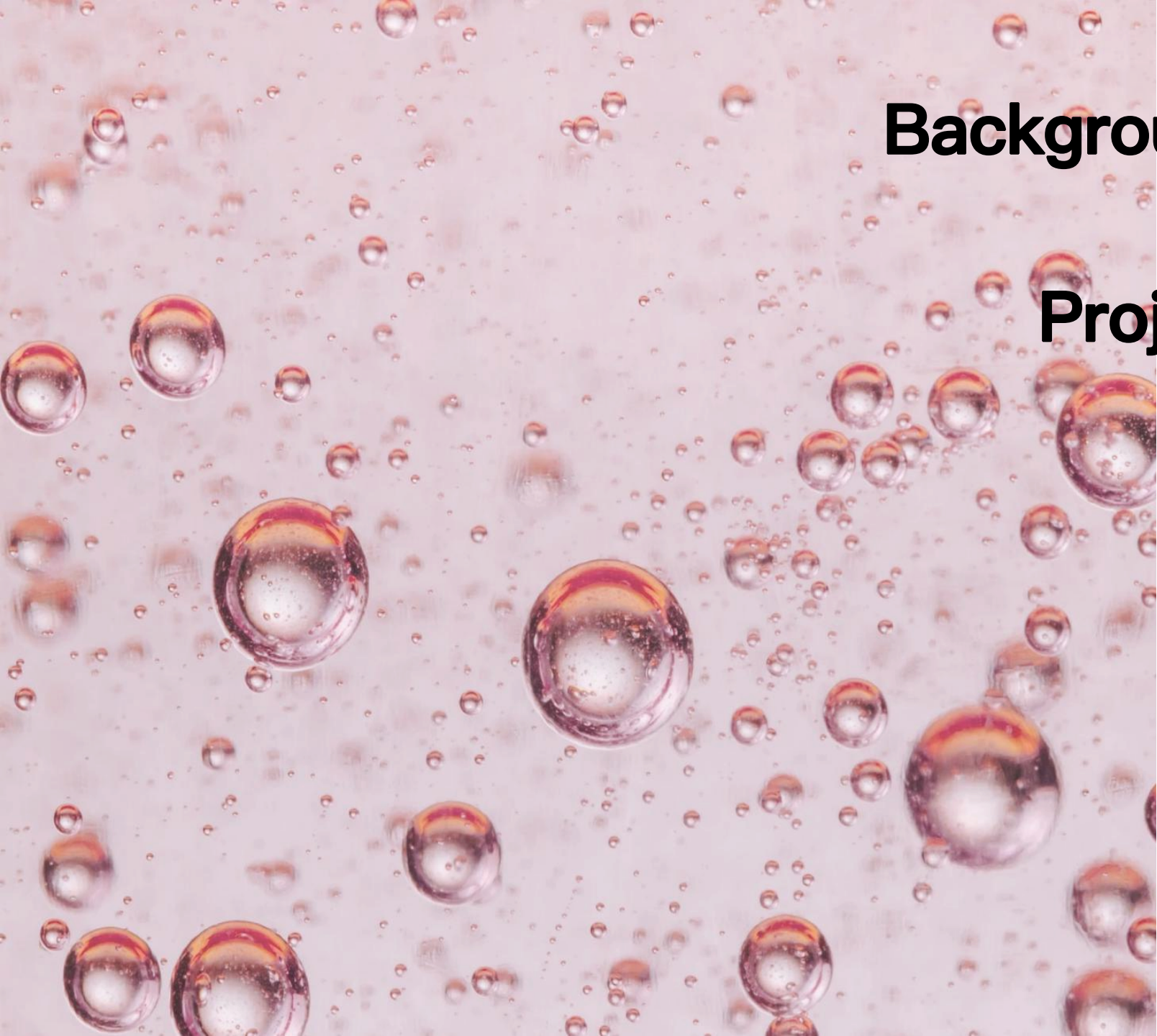
2020年

一场突发**疫情**成为全球事件，让我们感受到空前的压力，我们的情绪仿佛都沉浸在一种**消极**的氛围中
积攒许久压力的人们

心中那份烦闷、燥热的情绪仿佛一下子被8月持续的高温天气点燃

各大平台纷纷开启**购物节狂欢**模式

让肩负压力的人们找到了“**释放压力**”的突破口



Background of Project

对于一个新兴的智能家电品牌——苏宁“小Biu”如何在8·18苏宁主战场的电商购物节脱颖而出是一个**极大的挑战**

“满减、超值、优惠、攻略”等复杂的营销套路足以让消费者眼花缭乱

本想通过消费来减压的人们却为“花式降价”徒增烦恼
然而，苏宁小Biu818购物节·真减呀的直率
为此次“血腥”的营销战迎来了机会



当大时代撞上新冠疫情
当“减压”撞上购物狂欢
如何让流量撞上小Biu?

《雾山五行》的开播掀起**国漫热潮**，宠物柯尔鸭萌翻年轻人，养成类小游戏深受玩家喜爱

基于“**迫切减压、追求娱乐至上**”的年轻人，小Biu将时下热点聚拢、集合年轻人的喜爱，打造一支不同以往的**H5——「今天真减·来撸鸭」**

创意阐述

HAVING FUN TOGETHER

这是一款“场景与互动”结合的**养成类小游戏**，我们大胆地将“压”这一同音字——“鸭”选做H5中，与智能产品互动的卡通形象。人们只需重复“戳屏幕”这一**减压**动作，就可完成专属的“**养鸭计划**”



今天真減·來撸鴨

HAVING FUN TOGETHER



H5整体营造了可爱的“**小Biu全屋智能**”**插画场景**，为了增强与产品互动鸭子的立体形象，采用3D技术对时下较火的柯尔鸭进行还原，打破以往H5呆板、无聊的印象。值得一提的是，小Biu在此次8·18购物节推出的核心产品自然地融入到场景中去，而不是刻意地灌输，提升小Biu品牌在大众心中的好感度。

场景、互动的串联，更深刻地向用户传递「**小Biu8·18“真减呀”的价格慰藉**」，同时也将小Biu全屋智能产品“**简化繁琐家务**”的核心理念深入人心



THE GAME INTRODUCTION

在整个H5创意中，无论是分享海报中的创意title还是场景的布置摆设，都融入了大量热点细节

如：根据当时热播剧《三十而已》中话题度较高的“林有有”角色，设计了“有有鸭”壁画及分享title；茶几上摆放的《爬山自我修养》杂志以及《鉴茶宝典》，紧随热播剧的步伐

今天真减·来撸鸭H5

人们通过点击屏幕实现柯尔鸭与产品间的互动、完成鸭鸭养成记。以此，增加H5的趣味性及提升个人成就感

The Gameplay Of H5

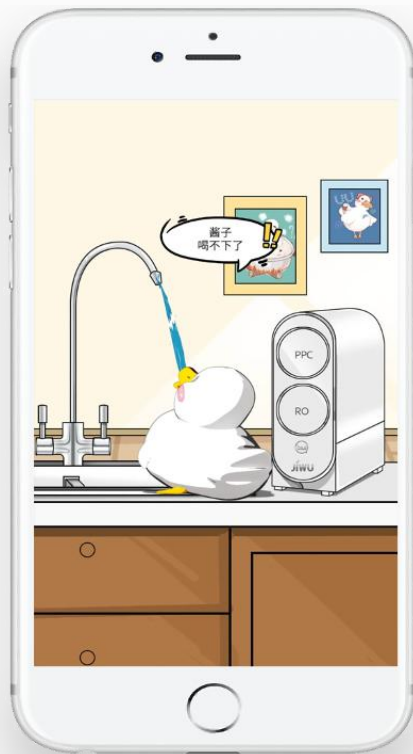
在手绘的**小Biu全屋智能家中**，通过鸭鸭“饿了、渴了、热了、脏了、无聊”等**生活状态**，自然而然地将小Biu冰箱、净水机、空调、洗烘一体机、智慧屏等核心产品引出。通过完成一系列关卡，不仅轻松完成小Biu鸭鸭养成计划，鸭鸭使用小Biu产品的前后对比将**产品的卖点**及“**简化家务**”的核心理念潜移默化地植入在人们的脑海里



HAVING FUN TOGETHER



吃饭
饭



喝水
水



吹风
风



洗香
香



HAVING FUN TOGETHER

追剧
剧

追剧
剧

养鸭成
功

分享



分享海报



分享海报中的创意title融入互联网热梗“网抑云鸭”、“乘风破浪鸭”、“有有鸭”等，更有类似“没有一只鸭子可以活着走出南京”的俗语梗应用——南京盐水鸭

产品海报

结合小Biu智能产品核心卖点，以H5中可爱的柯尔鸭作为海报中主视觉元素，输出一系列产品卖点海报在小Biu官微、朋友圈等平台传播





0 4

执行效果

执行效果

小Biu「今天真减·来撸鸭」H5在微信朋友圈投放； 广告曝光次数：3231622，触达人数：1457360

为区别于微信内传统的流量投放模式，本次小Biu「今天真减·来撸鸭」H5采用在微信生态内全新的推广方式——裂变式传播分发方式

在活动初期，通过姜茶茶社群进行投放，开启活动的种子流量。根据百度第三方监测投放总数据，本次传播PV流量总计：178741次，总UV覆盖55355

H5有比较好的裂变效果，传播层级为16层，属于非常深层的层级数量



在苏宁8·18电商购物节中，小Biu全屋智能系列在一小时内销售量同比增长228%
两款产品荣登苏宁易购线上渠道销量TOP榜
其中一款产品夺冠，一款产品获得TOP榜第三名



THANKS

