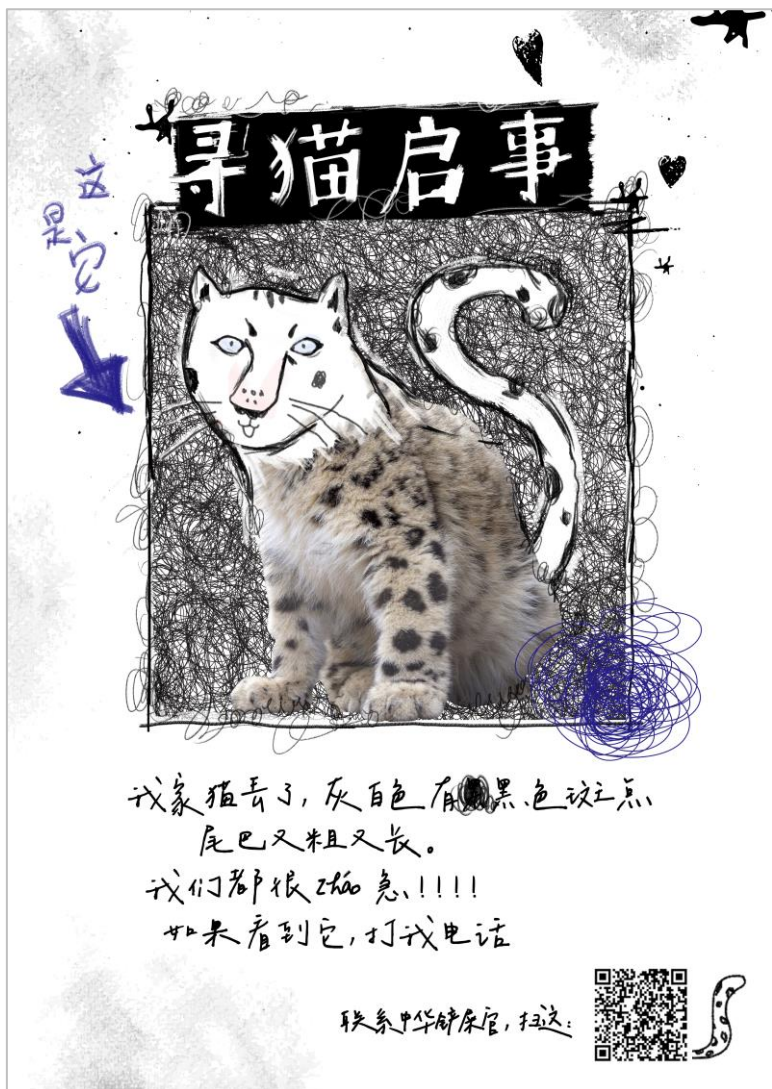


我家“猫”走丢了

额外辅助性阐述

广告主	深圳市一个地球自然基金会
作品名称	我家“猫”走丢了
参赛类别	IAI传鉴国际广告奖 广告作品组 H5
案例投放时间段	2021/11/24 - 2021/11/30



手机扫描上方二维码, 查看完整H5

背景

约60%的雪豹生活在我国西部山区，属国家一级保护动物，国际易危动物。由于调查难度大、人手设备短缺等问题，难以获得足够的资料，来确定雪豹的种群数量——我们甚至无法精确回答“中国有多少只雪豹”这个基本问题，连保护雪豹的第一步，都仍没迈出。

雪豹保护的难点究竟在哪里，大部分公众对此并没有认知。在以往的动保宣传中，往往停留在呼吁捐款层面，而公众不知道捐款去做什么，能够达到什么目的；如何让此次公益传播取得更好的社会效益是我们的难点。

创意

洞察

绝大部分人都没意识到，保护濒危动物的最大难点是：甚至无法获得它们的清晰影像。

寻“猫”启事

用简笔画将雪豹的样貌补全，形成荒诞的寻“猫”启事吸引点击。

最大程度唤起城市人对于「找“猫”」的好奇。



寻猫启事画

朋友圈投放

以视频+滑动式广告的形式在朋友圈进行投放。

用户通过“划线动作”进入H5，增强体验感。



创益计划

广告



创益计划

广告



朋友圈投放页 H5外层

创意

伪纪录片

用户划线互动后，跳转视频。以一部荒诞可爱的“伪纪录片”，让简笔画“大猫”出没在真实的环境中。



伪纪录片 截图

公益项目背景介绍

伪纪录片结束后，带出公益项目。

用生动有趣的动画，让用户循着“大猫”的足迹，了解到“保护雪豹”的真正难处。



H5截图

创意

引导捐款&分享

将捐款数额具象化：1元，助力调查1000m²的雪豹栖息地，使用户感受到自己的善意可以落到实处，从而激励更多的善意。

当用户选择捐款或分享，系统都会生成海报。海报上加入“找猫”的热心网友数量会随着项目的推进而增多，激发用户的好奇心和参与欲望。



捐款页



分享页

“大猫”周边

用“大猫”形象设计系列创意周边并进行发售，所得钱款也全部捐给雪豹保护计划。



系列周边

结果

- 投放后收到**3150w+**曝光量和近**180w**点击数，助力科考调查近**2000w**平方米；
- 点击率和总停留时长均大于行业均值，获**腾讯2021“我是创益人”年度金奖**，为公益组织赢得**价值250万元**的媒介费用，作为优秀案例在微信广告首页进行展示。



总曝光量

31,500,000+

总吸引点击

1,780,000+

朋友圈投放首周点击率

9.03%

首周人均捐款较往期提升

179%

TNANKS