爱的每件小事都是“美的”跨年营销

- **品牌名称：**美的厨热
- **所属行业：**家电类
- **执行时间：**2020.12.17-2021.01.17
- **参选类别：**家电类

结案视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

http://v.163.com/static/3/VKFHS1KGJ.html

或扫一扫看视频

背景&目标

2020年，疫情来袭，厨房电器负重前行

以油烟机、燃气灶为代表的大厨电继续承压，市场规模持续下滑，油烟机、燃气灶、消毒柜零售额较去年同期增长率分别为-28.0%、-27.1%、-31.1%。

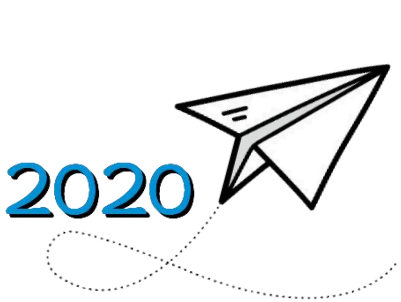
2021年，疫情褪去，催生新市场机会点

中国经济迎来复苏，压抑许久的房地产迎来竣工高峰期，厨电行业迎来“拐点”。

同时，疫情催生了对健康类产品和健康烹饪方式的需求，美的轻净新厨房迎来机会。

*数据来源：奥维线下零售市场监测月度数据报告

背景&目标



展开情感营销活动，在新的市场机会点中刷足存在感，
让大众感知品牌温度。从而对品牌产生好感，实现种草。

创意洞察

经历特殊的2020年，我们才知道“爱的力量是有多强大”

生活中一件件平凡而又珍贵的小事

静静地在我们身边发生又结束

正是在日常点滴之间我们重新找回了对生活的掌控感

我们得以表达情绪，得以塑造仪式感，得以重建生活

而这些满含爱意的小事却时常被我们忽略.....

每天起床都有做好的早饭在桌上

不能出门却多了很多时间一起做饭

凌晨2点：我好渴啊。他就起来倒了杯水

宝贝说：喜欢爸爸在家里上班，多了很多时间陪我

Big idea

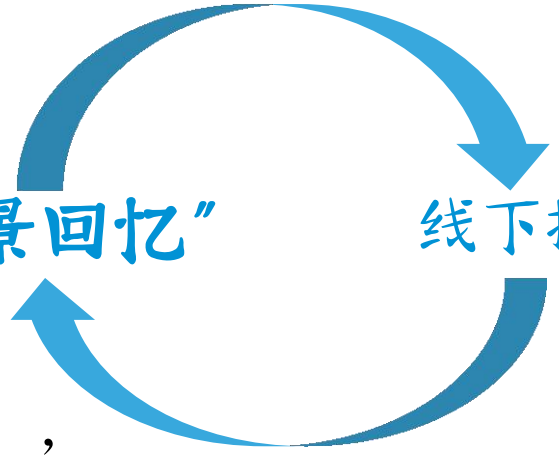
爱的每件小事都是美的

美的厨热通过一场跨年营销，唤醒用户关注身边爱的小事！

以家庭里“爱的场景”为切入，落点在那些被年轻人忽略的爱时刻上，集中力量打透消费者对品牌的好感度和认知度。

创新策略

用“爱的小事”重新定义疫情后的“厨热场景”



线上打开2020温暖的“场景回忆”

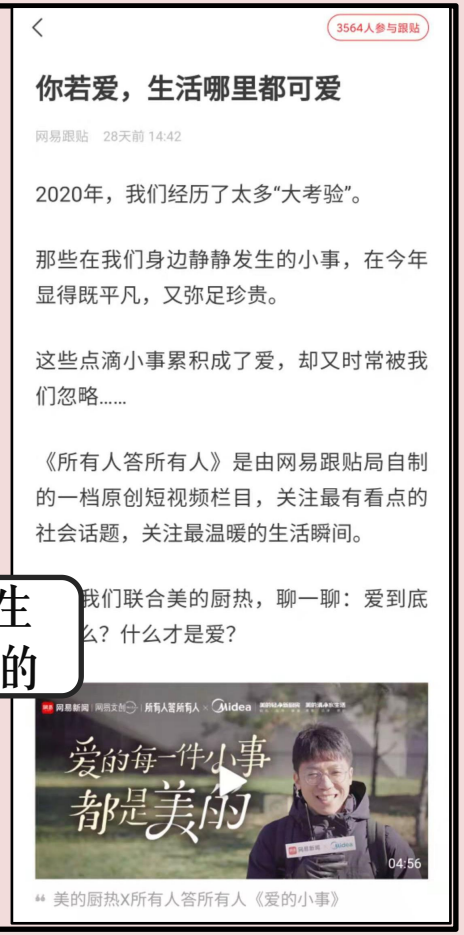
从消费者触媒习惯出发，多触点征集用户UGC（街访/条漫/文章），有效卷入用户参与唤醒爱的回忆！

线下提供亲身寻找的“场景体验”

打造线下快闪，引导用户寻找被忽视的家庭场景里爱的小事，感受品牌温度，刺激用户分享共鸣！

爱的回忆杀

一场关于爱的街访，灵魂拷问打开大众场景回忆，发现身边被忽略的爱的小事



灵魂拷问

↓

唤醒

↓

温暖回忆

街访回答

回忆打开

每天早上出门有阳光打到我脸上的时候感觉很幸福

我经常熬夜，室友很养生，每天会给我配好维生素C、E和B族还有什么Q10辅酶，我觉得他挺好的

加班回到家，媳妇儿做好了一桌菜等着我

每天下班打开门，都会看到我的猫在门口等我回家

文章**10W+**阅读

近**4000条**走心跟帖

更多走心回答UGC请扫码观看

爱的回忆杀

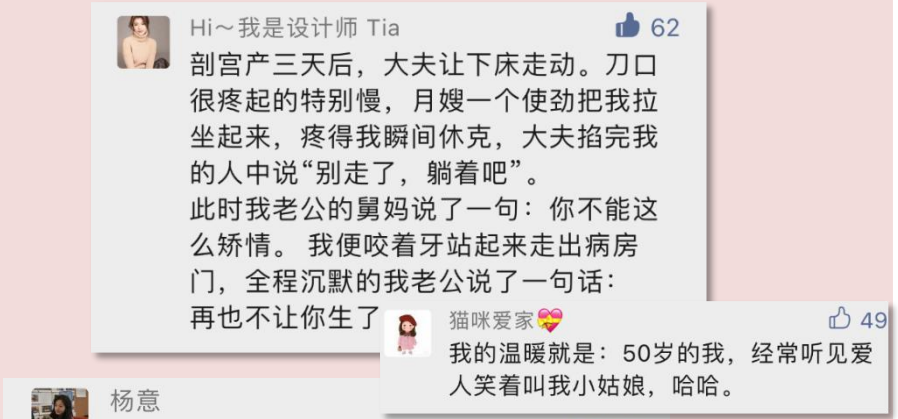
SVG条漫/UGC征集，多维度引出美的轻净新厨房在家庭场景对用户的呵护

趣味

感性

真实

故事征集 → 唤醒 → 温暖回忆



走心留言UGC分享爱的小事650+

单篇文章最高阅读20W+
点赞过千，分享超3000次

爱的放大镜

线下快闪用爱的放大镜创造家庭场景“寻找体验”

轻互动 → 放大 → 深体会

在线下热门商区搭建美的厨热“爱的小事“快闪店100件爱的小事藏匿于家的各式场景中等待用户用放大镜去发现；

通过多个趣味互动环节设置，引导用户参与互动，发现身边爱的小事。如互动区爱的小诗，让无法说出口的爱有了释放场所；

爱的真实面

《爱的每件小事都是美的》品牌短片3个温暖琐碎故事还原“厨热场景”里爱最初的模样

小故事 → 感受 → 强共鸣

那些与宏大有关的爱因为轰轰烈烈而让人难忘，而那些微小却润物无声的细节才最终构成了我们对爱的感受。爱在日常点滴中，也在四季三餐里。

谈心社微信头条阅读超10万

点赞600+粉丝走心留言200+

爱的每件小事都是“美的”跨年营销

温暖地打开了消费者在2020年中关于“爱”的回忆

将美的厨热的品牌理念成功传递给消费者

收获走心留言5000+

视频播放量391W

全网曝光量3300W+