

安慕希×超级马力欧兄弟大电影 ——超级马力欧 一起安慕希

- ◆ 品牌名称：伊利-安慕希
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 执行时间：2023.04.13-05.05
- ◆ 参选类别：食品饮料类

 项目背景

行业竞争

自上市以来，安慕希凭借优质的产品和差异化的营销，迅速火遍全国。但随着市场增长空间有限，行业竞品的持续发展，安慕希需要通过高热度事件来保持行业头部地位，以带动销量增长。



营销契机

随着影视业的复苏，同时期迎来安慕希传播与销售的重要节点，此时借助高热度影视IP抢占消费者头脑份额，提升品牌声量的同时助力品牌生意目标达成，持续夯实品类地位，引领行业趋势。





营销目标

捆绑高热
影视IP

吸引消费者关注

抢占年轻
群体份额

精准匹配目标人群

占位高曝
光资源

提升品牌认知度
扩大声量

宣推联名
产品

助力销售转化



策略执行

结合IP精准营销

社媒传播

围绕IP打造氛围海报及短视频，结合双微推广，进行新品上市告知。

精准投放

多形式程序化硬广矩阵引流小程序，助力转化。

撬动线下渠道

影院渠道

联名款产品撬动院线特渠进店。

“勺吃”场景

结合院线及便利店终端，打造“勺吃”线下专属饮用场景。

打造互动玩法

IP互动

利用IP自身周边产品及活动与用户趣味互动。

外围互动

明星代言人与达人共同携联名产品进行花式种草。





项目亮点

围绕马力欧IP打造多版本氛围海报及创意短视频，花样传播抢占心智



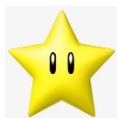


项目亮点

结合当下火热的院线资源打造沉浸式互动，成功实现破圈



沉浸式院线场景加强互动



联名产品与周边深度捆绑IP



社媒发酵引发二次传播吸引到店



项目亮点

利用IP周边及明星声量，打造特色互动玩法



小程序多样游戏
增加趣味性



明星发声及专属语音
带动粉丝参与



微信红包及周边产品
情怀拉满



达人种草带货
促进销量



营销效果



话题#一起去冒险 一起安慕希#



话题页总计

390万+ 阅读量

17万+ 视频播放量

4万+ 互动量



推文

2万+ 阅读量

900+人次 引流小程序
推广

2.36亿+ 曝光量

135万+ 点击量

兴趣人群CTR较常规

提高**7倍+**

小程序新客GMV贡献率

提升**24.9%**



话题#一起去冒险一起安慕希
#超级马力欧一起安慕希



5.3万+ 浏览量

1万+ 相关内容点赞量

网友自发相关内容

100+ 篇

效果分析



超级马力欧兄弟大电影在当下复苏的院线环境下赢得了不错的票房成绩，安慕希携手此高热IP，完成了破圈合作，打通新渠道，实现线上线下双重营销链路，借势达成了高曝光度，并采用丰富精准的营销手段有效拉新，吸引了马力欧爱好者人群的关注，将IP热度转为品牌能量，加速产品种草，完成联名产品下单，助力销量目标的实现。

