

伊利亚运超级品牌周「全民亚运，伊起上场」

- ◆ 品牌名称：伊利
- ◆ 所属行业：乳业
- ◆ 执行时间：2023.09.01-09.08
- ◆ 参选类别：体育营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM2MDQyNTgyNA==.html

Thinking

这届亚运的意义，是我们将重新与世界连接
这是一场属于全民的盛会，势必也会引发全民关注。

伊利借助亚运、环保等话题，
将无数振奋时刻和社会关注串联。

本次营销，集合伊利&天猫双集团资源，
借助社会热点事件，以产品为锚点，
实现全域曝光及销售转化。



「1个亚运资源，玩出亿级声量」



9月杭州亚运开启之际，伊利联合天猫共建营销，在全民沉浸的亚运氛围中，前置发声！通过超级新品、超级体验、超级内容等创新玩法，引领食品行业创新，抢占行业营销制高点！

占位亚运第一品牌，抢占亚运营销制高点！

项目背景

主要事项



行业首创

天猫食品行业
首个超级品牌周



资源打通

集团5大品牌协作共赢
16款亚运定制装借势入局



品效合一

打通天猫全域资源
实现品牌价值共赢





「✌️ 2大核心举措，带动销售转化」

集团跨事业部多品牌作战 子品牌深挖品牌特性精准沟通

金典

有机生活
绿色亚运 #



安慕希

健康酸奶
电竞亚运 #



伊利

环保同行
减碳亚运 #



inikin

一拧一摇
青春亚运 #



欣活

专业营养
活力亚运 #



集合伊利集团资源

打造16款超级新品
借势入局 品销合一



主要 动作



「✌️ 2件事，让全城为我呼喊」



事件1：明星下场打造主题直播

热度明星&电商明星
首发亚运定制装
十分钟售罄

安慕希电竞狂欢
12小时不打烊

运动健入直播间，深度解密亚运

主要动作





「✌️ 2件事，让全城为我呼喊」



事件2：四次超级联动，创意玩法线下破圈

通过金典X滴滴青桔超级骑行、
安慕希X天猫校园超级电竞、
伊利X高德地图超级低碳行动、
臻浓XT97coffee超级美味体验

覆盖多维度生活场景

深化消费联想



主要动作



「手握创新大旗，增长嗖嗖嗖=33」



项目创新



多渠道覆盖 全人群触达

通过超级电竞体验、超级生活覆盖、超级低碳行动超级美味体验覆盖娱乐、出行、运动、影视等渠道，精准触达全人群



平台全域打通 流量高效转化

打通天猫、天猫超市牛奶日、天猫校园、淘宝直播、今夜大明星等天猫全域资源，提升转化率



首创营销打法 引领行业风向

首个天猫食品行业超级品牌周
首个集团跨事业部超级品牌周

项目效果

销量佳！

销售额 会员环比增长
7000万+ 36%
年度成交
TOP1

覆盖广！

多渠道 全客群
娱乐/出行/运动/影视 多维亚运主题内容
等多渠道触达 精准狙击全客群
实现品牌价值共赢

触达人群

10亿+

直播观看 直播销售额
1.5亿+ 862万+

直播亮！

★ 获得市场部之最评选第一



背景及目标

9月杭州亚运开启之际，伊利作为杭州亚运官方指定乳制品，伊利联合天猫共建营销IP。

伊利集合集团之力，全方位扩大亚运势能，从产品定制、多类型资源合作到整合营销透出，将流量引至站内实现品效双爆。

洞察

这届亚运的意义，是我们重新与世界连接，这是一场属于全民的盛会，势必也会引发全民关注。伊利借助亚运、环保等话题，将无数振奋时刻和社会关注串联。

本次营销，集合伊利 & 天猫双集团资源，借助社会热点事件，以产品为锚点，实现全域曝光及销售转化。

以产品为锚点
从本质带动转化

16款超级亚运同款
借势入局

产品销量
高

直播转化
佳

人群覆盖
广

全民亚运 伊起上场

活动期间

驱动销售

超7000W+伊利集团年度成交TOP1



明星下场

一站式转化粉丝

明星直播制造话题



福利放送持续吸引TA

品牌联合

人群全场景覆盖



借助社会/全民关注
热点打造多主题事件，
带动站内外全人群关注

与天猫集团联动
打通站内外全域

天猫超级品牌周

伊利
品质，源于热爱



淘 0:0 天猫 伊利天猫超级品牌周

理想生活上天猫