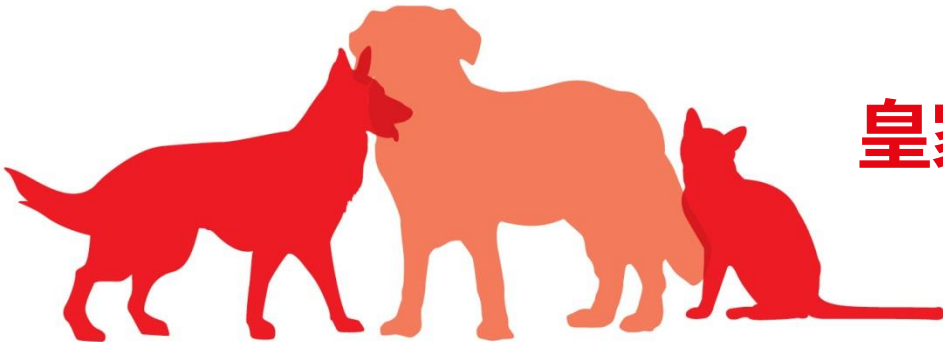


MARS
petcare

A better world for pets 

皇家猫粮创新资源整合营销案例




ROYAL CANIN®

整合资源：一夜霸屏+粉丝趴资源+天猫直播

创新营销：名人直播+范儿晒图（充分迎合客户创新的需求点）



皇家猫粮——

隶属于皇家宠物食品旗下的猫粮类目

猫奴节——

是皇家猫粮每年的大型节点活动；

2016年皇家猫粮旨在传递“健康关爱
猫咪，买猫粮送猫屋”的营销事件

营销目标

广泛——传递猫奴节信息

深度——强调用户沟通

创新——用户互动和品牌教育



营销难点：

- 1、泛宠物人群——人群太难找？！
- 2、如何运用优质资源积极为5个EC店铺导流？
- 3、怎么运用“创新”“好玩”“新鲜”的方式，传递并教育用户关注猫咪的品种成长周期、去毛球、挑嘴、理想体态的核心关注点

阿里妈妈有解法：



宠物人群：

- 进入“粉丝趴”，并晒图（养猫人士 get ✓）
- 通过晒图吸引更多养猫人士点赞并关注品牌粉丝趴（拉粉 ✓）

深度沟通

拉新人群：

- 通过一夜霸屏强势拉新用户，进入聚合页面（聚合5个EC店铺），进行优惠券抽奖，引导进入店铺消费
- 通过天猫直播吸引“史航”的粉丝和爱猫人士了解皇家猫粮的常识，通过互动后引导进入店铺

广泛拉新

创新互动



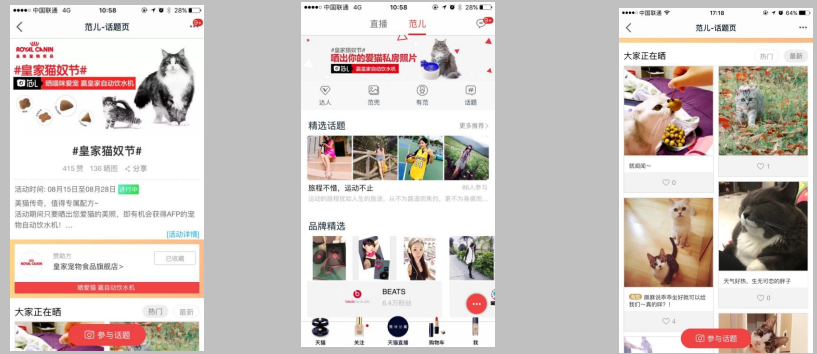
*史航：著名编剧，奇葩说嘉宾 爱猫人士

A better world for pets®

皇家“猫奴节”整合营销方案总体传播Roadmap

宠物人群
目的

8.15-8.28 范儿晒图
通过老用户晒图，吸引也同时拥有宠物的人关注和互动，增加新粉丝



拉新人群
目的

8.17-8.20 一夜霸屏
新用户广泛拉新

8.20 天猫直播
创新互动

“买猫粮，送别墅”活动推广期



LP

Campaign site



皇家代理EC

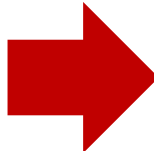
皇家旗舰店



LP聚合了5个EC店铺 *world for pets*

一夜霸屏为活动强势拉新

一夜霸屏



Tmall
Royal Canin
活动页

霸屏

大范围媒介曝光，引入超大流量



用户参与互动等

一夜霸屏——定向和搜索双剑合璧，强势霸屏大淘宝



5S前贴片



焦点图



气泡词/搜索TOP4触发霸屏



A better world for pets®

2、范儿 话题方向

活动主题：
#晒出你的爱猫私房照#

活动时间：
2016年08月15日-2016年08月28日

活动奖品：
晒图赢皇家宠物猫粮豪礼

晒图规则：
一年一度的皇家猫奴节强势来袭，身为喵星人的长期饭票，你是否买到了手软？高傲的喵星人可是一直保持着了一颗自由朦胧的心，用一切卖萌手段来“骗取”你手中的美食，身为“主人”的你是否在爱宠一次又一次的卖萌攻陷中惨败？趁这时，赶紧拿起手机，记录它的卖萌瞬间，即有机会赢取皇家宠物200元优惠券。

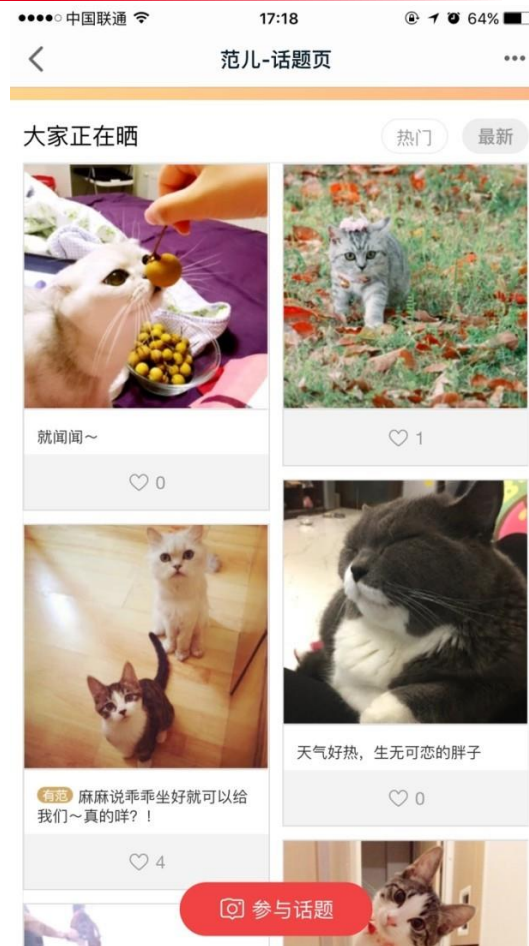
【活动规则】

- 1、8.15-8.28期间，晒出你的喵星人最萌瞬间（享受美食瞬间最佳），分享你的猫奴宣言，并加上皇家宠物品牌标签；
- 2、收藏/关注皇家宠物官方旗舰店；

【活动奖品】皇家宠物官方将从中抽取10位猫奴送皇家宠物50G的猫粮；抽取2位猫奴送皇家宠物2KG猫粮；



范儿话题-晒出你的爱猫，成功收获1000个赞，为品牌增加近1.5万粉丝



近500网友参与晒图
并最终收获近1000多个赞



A better world for pets®

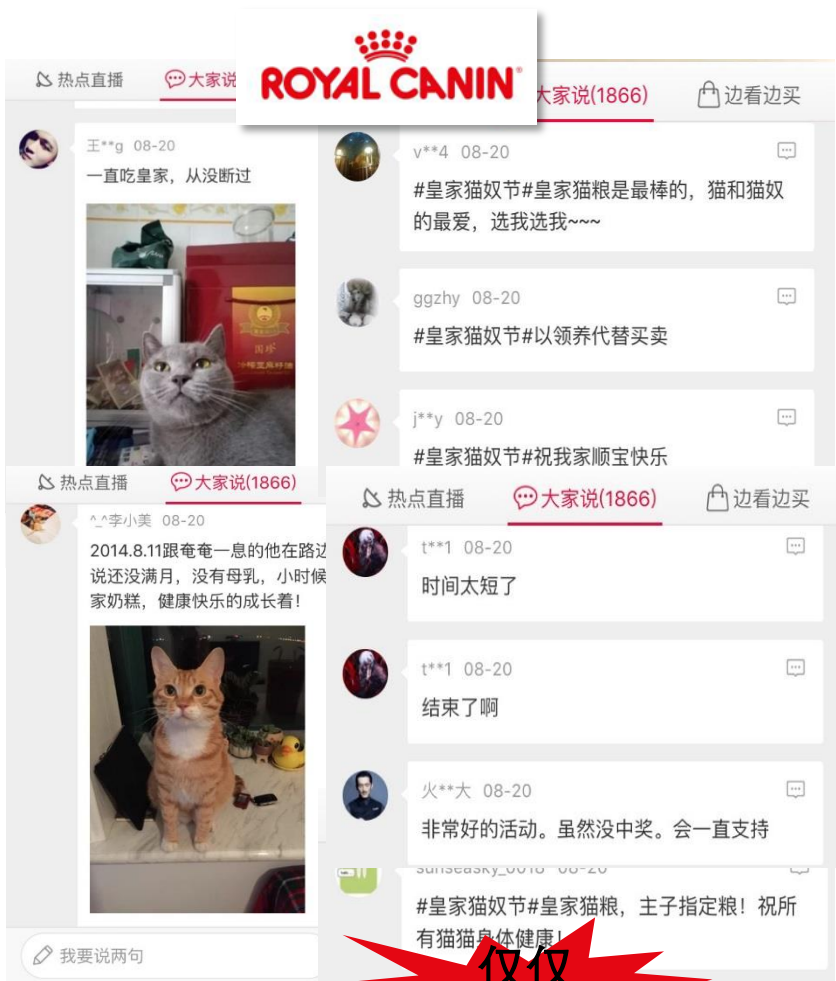
3、天猫直播内容，配合品牌核心关注点

- 品种
- 成长周期
- 去毛球
- 挑嘴
- 理想体态

将直播中的内容结合这五个问题
 通过对话、互动、表现等形式
 对用户进行传达及教育



天猫直播——近1小时的直播，收获了7万的点赞



仅仅
1小时

直播间push次数	直播播放次数	回放次数	点赞数
30W+	10W+	20W+	近7万



A better world for pets®

项目整体表现：

品牌力提升

No.2—No.1↑ **16%**
宠物食品排名提升 **宠物人群渗透率**

粉丝人群拓宽

活动期间，成功收获1000个赞，增加近1.5万粉丝

新客渗透

近5000W **近2600W** **近50W**
曝光 **UV** **点击**

1.8 **近40W** **(90%)**
曝光频率 **新用户点击** **新用户点击%**

创新互动

仅1小时直播，获得30万PUSH
 7W点赞，20W次回放





THANKS