



“尼塔·有你好果子吃” 基于大IP《我们的法则》

整合传播案例





ONE

我们的挑战

市场背景

- ✓ 自溜溜梅品牌大获成功后，溜溜果园集团计划于2016年中推出全新品牌——“尼塔·有你好果子吃”，旨在搜罗世界各地好果子，打造高端果干领导品牌。



- ✓ 在新品上市阶段，如何甄选最热最匹配的资源，并全方位借势传播，助力“尼塔·有你好果子吃”新品牌知名度和美誉度的快速提升是我们面临的挑战。

传播挑战



TWO

我们的策略分析

01 原生态

02 原产地

03 原滋味

品牌定位



品牌卡通形象——尼塔

传播重点

树立高端果干形象，突出强化其果干原材料的**原始产地**和**原始滋味**。



WHO

—目标用户是谁

网络视频
重度用户

爱新奇事物

爱冒险

重自我

18-30 岁年轻女性为主





THREE

我们的媒体策略

有你好果子吃 · 媒体策略



Step 1 精准锁定最契合的IP资源



2016年最后一档现象级热门IP

大型实境生存记录真人秀

7位“**丛林家族明星**”前往马达加斯加、瓦努阿图原始丛林，开启荒野求生神秘之旅。



无处不在的原始丛林



明星化身“原始野人”，智取丛林中的美味“好果子”

栏目天然自带的“原生态DNA”与“原生态、原产地、原滋味”品牌定位高度契合



Step 2 巨资抢占跨屏稀缺媒介组合

根据目标人群的媒介接触习惯研究，斥巨资一举拿下跨屏稀缺合作资源
台网独播平台霸屏，全面网络目标人群



安徽卫视《我们的法则》指定休闲食品



悦享品质



爱奇艺《我们的法则》联合冠名

Step 3 内容整合营销引发品销共振

不止于单纯冠名赞助

深挖《我们的法则》内容契合点

全方位整合传播

最大化扩展营销边界

掀多屏营销新高度

6 社会化关联营销



5 线下主题活动



1 深度剧情内容植入



2 战略合作发布会



3 KA卖场主题促销



4 跨屏电商引流





FOUR

我们的执行

2016年6月11日-8月27日





01

深度剧情内容植入

每期节目借势原始丛林场景、明星演绎，例如首期节目中初降无人岛，“丛林家族”历经万难寻找当晚唯一的食物，“尼塔·有你好果子吃”紧随这一关键剧情，将“有你好果子”品牌DNA与剧情、明星深度捆绑，形成了鲜活而独特的产品记忆点，甚至一度成为年轻人的流行热词。

每期不少于**3**次内容植入

12期总计**41**次

深度传递“好果子”品牌理念



02

战略合作发布会

强势助力新品上市，倍增经销商信心

栏目上线前一周于北京国家会议中心重磅打造《我们的法则》台网战略合作及品牌新品发布会，邀请媒体双方高层领导出席，为全国经销商注入一剂强心针，也为全国经销商招商打下坚实基础。



03

KA卖场主题促销

于全国KA卖场终端打造

“我们的法则” 丛林主题售卖区

丛林的系列元素的延用

真人版“原始人尼塔”化身促销员

“丛林大礼包”迅速吸引关注，聚拢人气



04

双屏电商引流投放

场景精准营销，直接消费转化



爱奇艺“随视购”投放，每期伴随品牌花字幕植入出现的同时，出现电商秒杀购买一键链接；同时电视端播出结合天猫摇一摇，1元购产品套装。



05

线下主题活动拦截

借势栏目火热播出期间高人气热度，
针对高校年轻目标人群，
在全国重点市场进行主题青春校园行，
将品牌推广和产品促销深度结合。

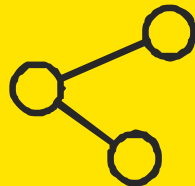


06

社会化多维度关联传播

品牌官方微博微信全面互动，
每期栏目热点关联营销，
引发年轻目标人群转发关注。





FIVE

传播效果



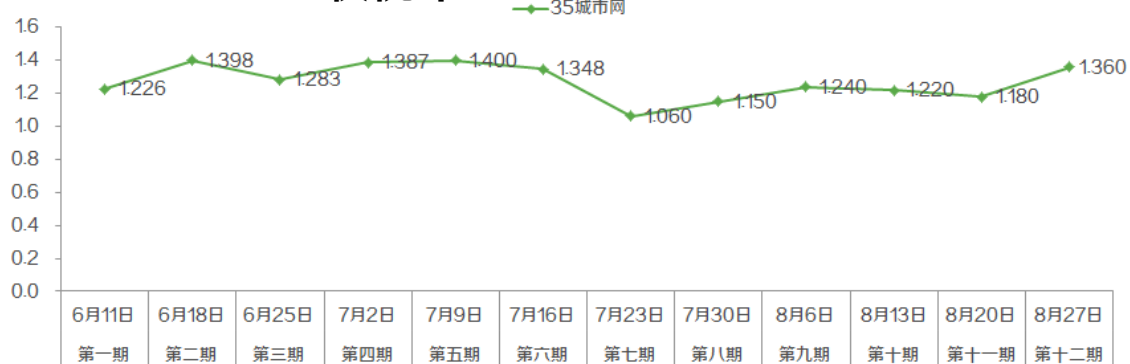


电视端栏目上线首期CSM35城市网获得**1.226**收视率

视频端上线短短8周内获得超**4亿**次网络曝光及**300万**广告点击

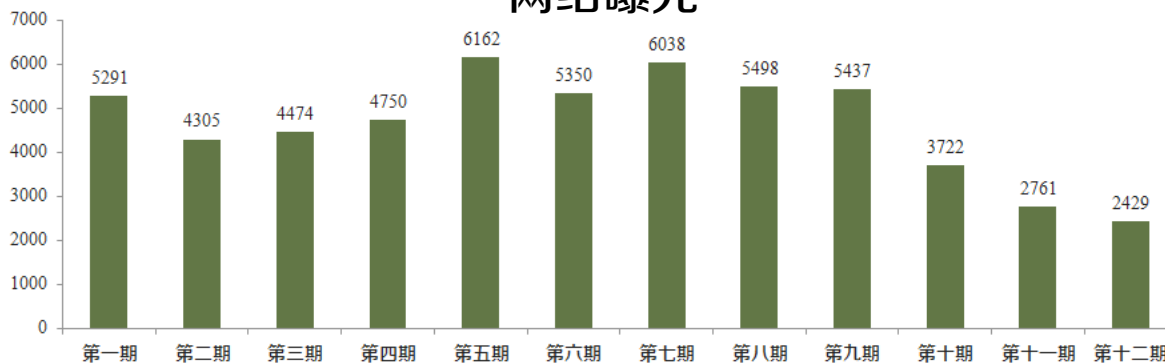
收视及播放

收视率



单位: 万次

网络曝光





电视端摇一摇天猫1元购1万份产品瞬间抢完

电商引流



天猫 Tmall.com 溜溜梅旗舰店 描述服务物流 4.8个 4.8个 4.8个 手机逛

秋季必备家居服 搜天猫 搜本店

溜溜梅旗舰店 尼塔·有你好果子吃

券5 满59元 减5元 点击领取

券10 满99元 减10元 点击领取

尼塔系列 新品上市 邀你尝鲜

返回首页 特惠热卖 HOT 经典系列 都市系列 优选系列 梅大大 尼塔·有你好果子吃 NEW

所有分类 > *尼塔有你好果子吃 > 在当前结果中搜索

综合排序 销量 新品 收藏 价格 口碑 店铺VIP商品 大图 小图 1/1

<p>¥36.90 尼塔有你好果子吃 六袋六味果干大礼包 芒果干蔓越莓梅干零食 总销量: 15450 评价: 1746</p>	<p>¥44.90 尼塔NEDA有你好果子吃 芒果干120g*3袋《我们的法则》 总销量: 1122 评价: 418</p>	<p>¥9.80 尼塔有你好果子吃芒果干菠萝蜜干梅干蔓越莓干西梅干黑布林干 总销量: 2260 评价: 813</p>	<p>¥9.80 【尼塔有你好果子吃 黑布林120g】办公室休闲零食小吃果脯 总销量: 790 评价: 296</p>	<p>¥9.80 【尼塔有你好果子吃 蔓越莓100g】办公室休闲零食小吃果脯 总销量: 823 评价: 242</p>
--	---	--	--	--



自确定IP项目合作和传播计划公布，短短**两个月内**完成新品牌全国

经销商招商，并创造**企业反选经销商**的火爆佳绩

招商佳绩





通过KA卖场以及媒体平台为各大电商平台引流，“尼塔·有你好果子吃”新品上市产品终端销售以**单月销量两千万**的速度领冠销售旺季

销售佳绩



有你好果子吃

