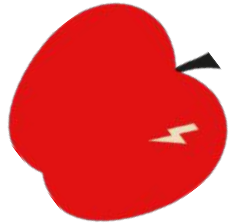


Rockit乐淇苹果 | 小黄人 一口乐淇 Bello活力

- ◆ **品牌名称**：Rockit乐淇
- ◆ **所属行业**：食品 / 饮料
- ◆ **执行时间**：2022.06.01-08.10
- ◆ **参选类别**：IP营销类

rockit

ILLUMINATION PRESENTS
minions



在2022年儿童节、端午节以及618到来之际，充分利用节日的热度进一步提升乐淇线上线下的销量



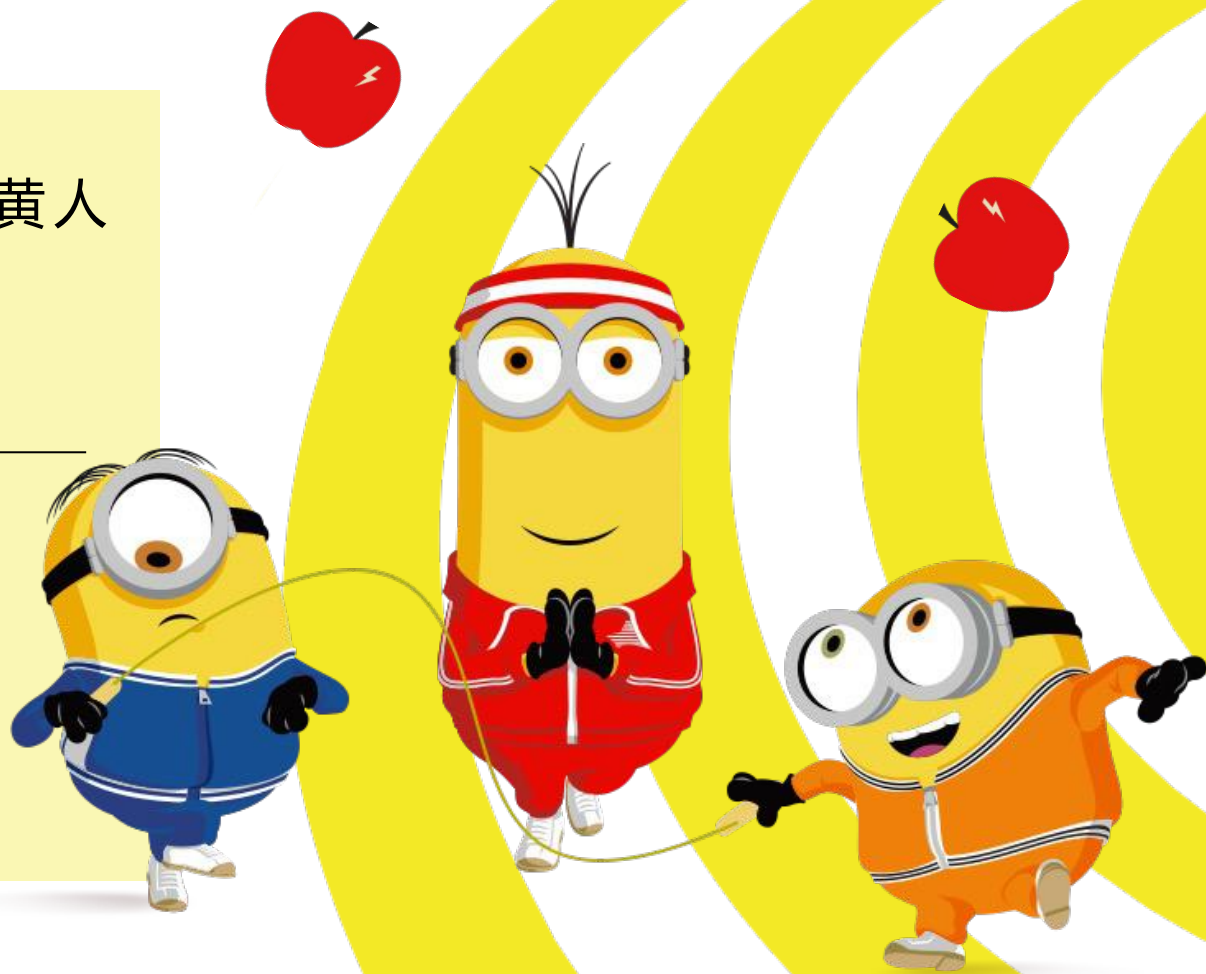
利用小黄人IP资源挖掘小黄人和乐淇苹果的内在契合点，产出核心创意从而提升乐淇品牌认知度

挑战

🍏 如何在严格的**IP限制**下，让乐淇苹果与小黄人产生更多**有趣的联系**？



🍏 如何让小黄人这一IP资源更好的服务于乐淇苹果，**丰富品牌价值，促进销售**？



乐淇苹果TA



32-45岁 | 精致妈妈

“希望能给宝宝提供有营养的食物”

“越来越重视食品质量，关注消费的数字化”

“Rockit是一个优质的选择，很少有其他零食能提供同样的口味、营养和便利”

18-31岁 | 千禧一代 / 都市白领

“喜欢运动也爱好美食”

“是社交媒体的小灵通”

“工作学习让人繁忙，需要便利零食补充能量”

Rockit、Minions和目标消费者共同的价值点



“当小苹果遇见小黄人

圆滚可爱、萌趣好玩、活力满满

小苹果甜脆营养，给你补充能量

小黄人调皮逗乐，为你加满快乐”



一口乐淇 Bell 活力!

Campaign slogan

4大亮点打造线上线下一大事件，助力乐淇成为最受欢迎的苹果品牌



亮点1

包装设计

Package Design

巧妙串联
组合售卖

亮点2

小黄人周边

Minions Merch

利用IP活力
激发品牌想象力

亮点3

渠道联合

Channel Union

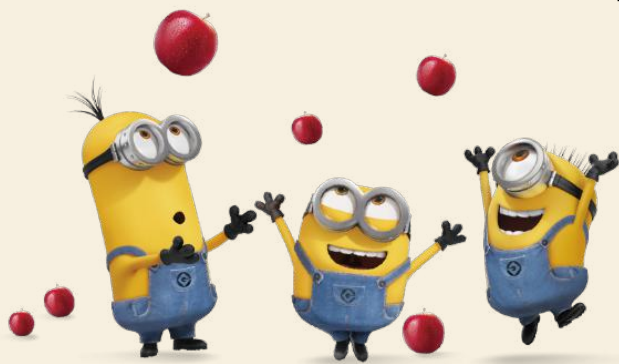
多渠道联动
加强用户体验

亮点4

闭环收割

Closed loop link

多触点触达
提升品牌销售力



亮点1：包装设计

通过跳绳体现活力与能量的同时设计三组联动包装，兼顾单卖&组合销售



亮点2：小黄人周边矩阵式种草

多种周边激发Social Buzz，促进用户自来水



环保手提袋



随身贴纸



活力发带



能量水壶



亮点2：小黄人周边矩阵式种草

多领域垂直达人品牌共创，沉淀优质品牌资产



美食KOL 创意美食制作

挤挤小黄人。

薄柿茶茶 关注
挤挤小黄人 | Q到舍不得吃的雪媚娘可爱晕☀️ 夏天到啦，来一... 展开全文

在自己的树下 关注
酸甜香酥！超好吃的小黄人造型苹果酥饼 今天分享的是小黄人... 展开全文

416 270 19

207 205 24

手工KOL 周边制作

小黄人来喊你吃苹果啦！🍏🍌🍌 最近乐淇和小黄人联名啦👏... 展开全文

来自合集：石塑粘土日记🌈

868 135 42

户外KOL 户外露营

若小黑 关注
夏日溯溪 | 感受大自然独一无二的魅力~ 夏日最适合的露营活... 展开全文

1650 455 107

摄影KOL 氛围感摄影

摄影师幻想家hxj 关注
把有趣的故事，写进夏日的风里~ 每一位公主都拥有一间梦幻... 展开全文

154 60 34

亮点3：联动多个线下渠道，加强用户体验



抖音直播 引流到店



现场试吃 激发购买欲



拍照打卡 激发传播



互动装置 骑出活力



KOL探店 全网持续发酵



亮点4：多触点引流小黄人主题旗舰店，进一步推动用户收割



Tmall
开屏



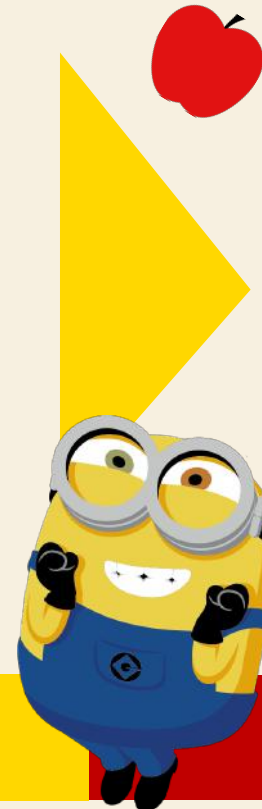
优酷
开屏



头部主播
直播间



小黄人主题旗舰店





预热期



爆发期



延续期



抖音直播、达人投放



达人投放

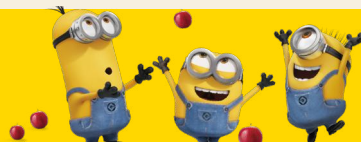


盒马儿童周

门店快闪



小黄人主题店



天猫环球发现日直播

多篇爆文 好评如潮！



线上线下全链路品牌大曝光！



盒马

总曝光

61,310,000



抖音

总曝光

6,400,000



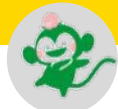
小红书

播放量

660,000

互动量

27,000



百果园社群

覆盖会员粉丝

5,000,000



天猫旗舰店销量指数增长！



淘宝直播

销售额

环比增长 **379% ↑**

同比增长 **745% ↑**



Rockit乐淇天猫旗舰店

销售额

41% ↑

162% ↑

访客数

121% ↑

153% ↑

新买家数

97% ↑

76% ↑

