

这个夏天我们一起雅哈哈哈 雅哈咖啡tvc传播专案

- ◆ **品牌名称:** 统一雅哈
- ◆ **所属行业:** 食品快消
- ◆ **执行时间:** 2022.06-07
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

项目背景

- **雅哈咖啡的品牌定位进一步明确**：可大口畅饮的清爽型即饮咖啡，立志成为年轻人的第一口咖啡饮料
- **2022年度TVC风格为**：魔性洗脑的BGM搭配魔性的画面，强化“活力”印象，积累“雅哈一下·活力出发”的品牌资产。改编歌曲进行品牌植入式曝光的方式早已屡见不鲜，在此基础上，品牌意在打造了一首魔性洗脑歌，引发全民UGC，引爆全网声量，聚焦洗脑+冰咖活力属性打造热点事件营销。

传播目标

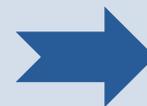
通过聚焦TVC魔性洗脑传播，达成TVC的曝光和品牌认知的提升



提升知名度、认知度



引导植入品牌联想



助推提高品牌渗透率

前期洞察

TA喜好洞察

- 都市蓝领压力大且年轻化，喜欢使用social媒体解压，短视频是他们喜好的娱乐解压方式
- B站-鬼畜、抖音-欢快舞蹈/搞笑剧情、快手-土味短剧等，娱乐性强的短视频内容颇受欢迎

案例洞察

- 高传播性TVC的联想反射依靠由浅及深的认知影响及自主性调动，魔性洗脑 → 行动跟随 → 用户二创

传播策略

TA内容偏好缩短传播链路快速形成认知
B站鬼畜、抖音搞笑剧情等娱乐性强的短视频

产生联想及内容裂变的核心
将TVC的BGM充分利用
打造多重创意引导，围堵TA内容吸收接口

线下创意事件反哺形成传播闭环
结合TVC内容打造线下趣味魔性冰爽事件
并引发全民UGC反哺线上，深度强化品牌形象



精准触达

联想裂变

线下反哺



达成TVC洗脑
完成认知提升→联想渗透
的心智占领

传播主题

#雅哈一下，活力出发#

传播时间

6月中旬

6月中下旬 - 7月上旬

7月中旬

传播阶段

蓄力开哈
TVC正式上线洗脑开启
KOL扩散洗脑蓄势

哈爆全网
充分魔改BGM，从点到面全平台、线上线下
社交裂变引爆传播势能

雅哈到家
官方亮点总结+行业号事件分析
品牌资产沉淀，增强品牌影响力

传播内容

洗脑蓄势

- 官博TVC上线
魔性旋律激活粉丝强制醒脑
- 官微朋友圈TVC辐射
病毒扩散包围式洗脑粉丝
- 多圈层KOL扩散TVC
被魔性活力感染安利洗脑循环

聚焦音乐引爆素材

- 编曲类重新编曲BGM魔改加速洗脑
- 乐器类乐器演奏BGM魔改强化洗脑
- 舞蹈类BGM魔性配舞视听双重洗脑

全民哈哈哈爆全网

- 站外KOL二创 蓄能话题
- 多平台搬运增加热度

线下事件

- 商圈快闪店活动 深度线下体验

线下事件承接热度反哺线上

- 活动前官媒&多平台本地KOL预热
- 活动中本地KOL多平台展现线下内容
- 活动后整合PGC内容加速声量传播

二次发酵

- 官方总结活动
KOL优质PGC
沉淀品牌资产
- 行业号
拆解事件逻辑
增强品牌影响力

传播平台



官方洗脑TVC

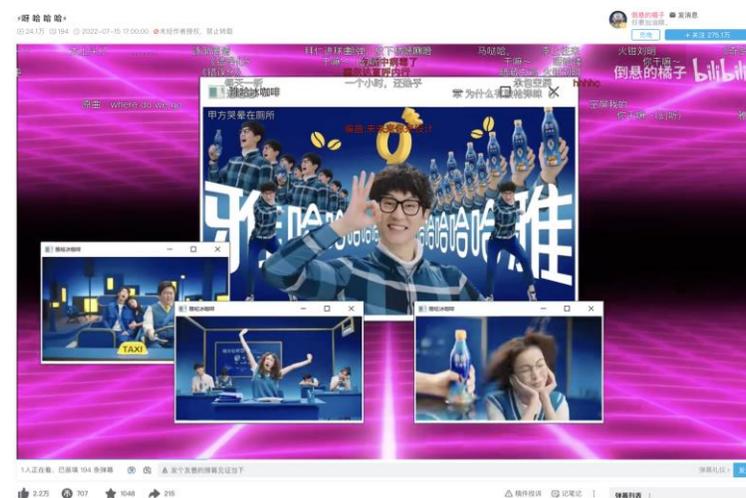
魔改耳熟能详的《康康舞曲》，卡点嵌入产品的饮用场景和目标人群
提高品牌认知度的同时，完成对消费者心智的强势占领



视频链接: <https://weibo.com/5653185795/LxPaUAIVF>

B站原创魔改

B站不同风格的音乐舞蹈达人多维度魔改官方洗脑TVC，快速扩散并强化洗脑旋律
同时多平台搬运增加热度催生UGC，使得品牌声量引爆全网



- 视频链接: <https://www.bilibili.com/video/BV1jY4y1375n>
- 视频链接: <https://www.bilibili.com/video/BV1T3411u7TC>
- 视频链接: <https://www.bilibili.com/video/BV1iT411J7v4>

抖音达人共创

多类型抖音达人构思不同创意植入官方洗脑BGM，重复循环洗脑旋律印记
覆盖不同兴趣圈层用户，进一步扩大品牌话题度，引发全民UGC



线下深度体验

根据目标TA喜好打造线下快闪体验地，以更加极致的感官体验，强化品牌活力冰爽标签
并以此为基础，持续扩散品牌线上TVC话题热度，深度传播品牌事件



本次项目共计 **1.9亿⁺** 次曝光，视频播放量达 **3594万⁺**，共获得 **62.5万⁺** 用户互动

统一雅哈品牌旧口号焕发新活力，紧跟时下热点，多平台，不同侧重的内容，保持#雅哈哈哈哈#的特色
活动精准覆盖目标人群，线上线下双向引流，自主传播，获得精准TA关注并引发互动



被风吹过的夏天 传来雅哈哈哈哈的笑声

雅哈和你故事未来还会继续

希望大家在日后的生活中



我们一起：**雅哈哈哈哈**

