

# GODIVA：非梵典藏 云端赏月

- ◆ **品牌名称：**歌帝梵
- ◆ **所属行业：**食品/饮料类
- ◆ **应用平台：**百度平台
- ◆ **执行时间：**2022.07.26-08.25
- ◆ **参选类别：**元宇宙营销类-数字藏品营销奖

## 案例视频

视频1:

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNTkwMzA4NTk4NA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwMzA4NTk4NA==.html)

视频2:

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNTkwMzA4NDU5Ng==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwMzA4NDU5Ng==.html)

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

1.作为仅次于春节的第二大节日，中秋营销是品牌获取传播度与销量的好时机。从糕点到糕点券，再到数字糕点，中秋营销正在尝试数字化转型，“NFT”成为新的潮流通货。

GODIVA希望将NFT数字藏品与品牌气质和特色结合，让营销散发出新气息。

2.比利时皇室御用巧克力品牌GODIVA歌帝梵将西方甜品艺术和中国传统文化巧妙融合，隆重推出全新2022中秋系列糕点。自2009年歌帝梵首款巧克力糕点惊艳问世，每年都为消费者带来突破性的创新设计。历经13年的悉心研发，到如今2022 GODIVA歌帝梵中秋系列，无论从产品口味、口感到礼盒设计都再次升级。强化GODIVA MAF系列高级位置和最受推荐的MAF礼品形象。

以歌帝梵NFT艺术展作为首秀，打造数字藏品、品牌元宇宙社区，构建品牌关系，让品牌在新一代消费者中更具魅力。

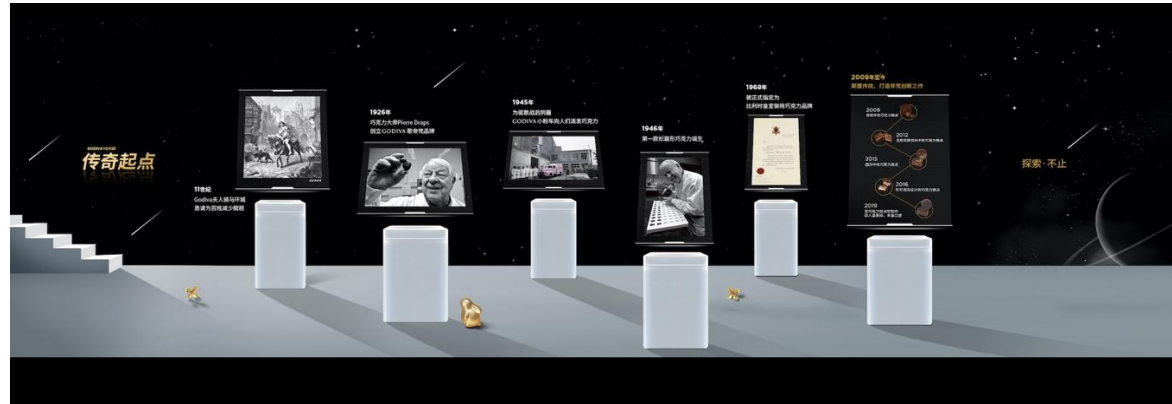
将NFT数字藏品与品牌气质和特色结合，让营销散发出新气息，也让消费者对品牌的关注提到了新的境界与高度。

歌帝梵GODIVA特邀《爱情神话》中的绘画作品原创者——赵宏老师为品牌专门创作出了以GODIVA歌帝梵巧克力糕点为艺术灵感，勾勒出【中秋团圆】的人间聚会百相五幅作品，打造歌帝梵NFT中秋数字艺术展。



Top Mobile Awards

# H5页面展示

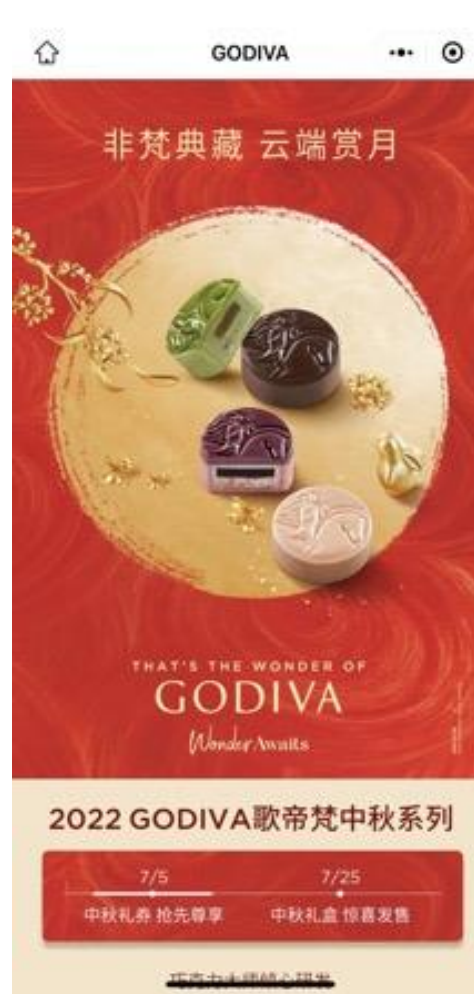




# 现象级IP赋能的中秋糕点联名NFT数字藏品



# 跳转EC购买



1. “现象级IP赋能的中秋糕点联名NFT数字藏品” 来提升歌帝梵中秋糕点礼盒的附加价值。
- 2.通过收藏NFT品牌数字藏品并用所附属的动态券码兑换线下实体产品的体验赋予参与的用户和消费者 “品牌化社交货币”，将品牌中秋礼盒从享用、礼赠再到收藏的过程在用户自己的社交网络中实现自发传播，从而用社交内容塑造全新的 “GODIVA元宇宙数字典藏概念”，让目标客群和潜在客群的消费认知同步升级，打造歌帝梵品牌的中秋营销概念标志，通过社交裂变传播方式与商业化运作实现客户生意的指数级增长及品牌与时代潮流的完美融合。
- 3.歌帝梵GODIVA特邀《爱情神话》中的绘画作品原创者——赵宏老师为品牌专门创作出了以GODIVA歌帝梵巧克力糕点为艺术灵感，勾勒出【中秋团圆】的人间聚会百相五幅作品，打造歌帝梵NFT中秋数字艺术展。在这次活动中，与百度进行了创意内容的合作，将艺术家的画作上传到百度链上，形成了一个创意闭环。同时，精准锁定北京、上海、深圳、成都等城市的消费者，以百度开屏广告、百度搜索、百度品牌专区等形式进行大规模曝光。



1.GODIVA首次与艺术家共同创作相关画作，通过品牌产品与MAF的强关联性，深度接触消费者，获得了良好的市场反馈。

2.在本次活动深入触达B端、C端消费者，TTL impression **2000w+** ,TTL engagement **38w+** , H5 PV触达**24w+** , KPI超额完成，完成率**200%+**

客户：合作三年以上的负责任公司，项目人员配备高，快速理解我方的项目营销意图，沟通即时，反馈快，工作态度诚恳，积极参与我方周会、月会，并能按时提供月度工作总结、市场研究报告。该公司提供的创意及相关策略表现优秀，无论是策略思路、文案创作及广告表现，都能满足项目产品的推广需求，对项目核心卖点进行成功包装和市场引爆。