

这个夏天我们一起雅哈哈哈-雅哈咖啡TVC

- ◆ **品牌名称:** 雅哈咖啡
- ◆ **所属行业:** 食品饮料
- ◆ **执行时间:** 2022.06-07
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-商业短片

项目背景

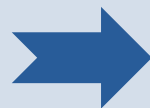
- **雅哈咖啡的品牌定位进一步明确**：可大口畅饮的清爽型即饮咖啡，立志成为年轻人的第一口咖啡饮料
- **2022年度TVC风格为**：魔性洗脑的BGM搭配魔性的画面，强化“活力”印象，积累“雅哈一下·活力出发”的品牌资产。改编歌曲进行品牌植入式曝光的方式早已屡见不鲜，在此基础上，品牌意在打造了一首魔性洗脑歌，引发全民UGC，引爆全网声量，聚焦洗脑+冰咖活力属性打造热点事件营销。

传播目标

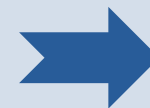
通过聚焦TVC魔性洗脑传播，达成TVC的曝光和品牌认知的提升



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

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>

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

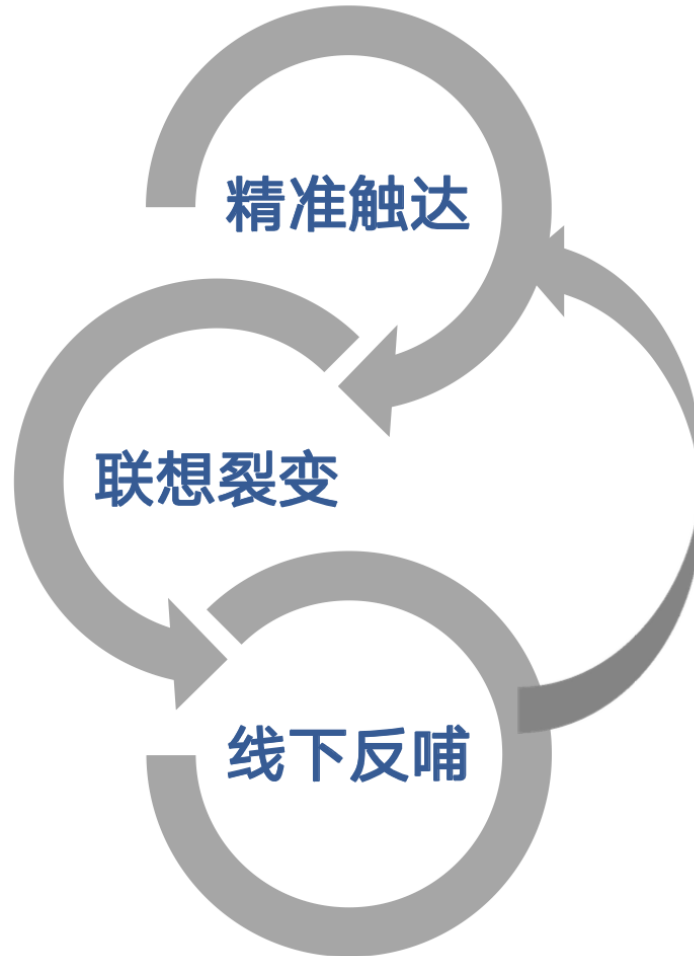


传播策略

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，深度强化品牌印象



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



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



#雅哈一下,活力出发#
 主持人：笑饮江湖之up

导语：雅哈一下，活力出发；尽兴fun纵，乐享时光。欢迎光临“雅哈活力咖啡馆”放松身心，摆脱焦虑，一种回血

话题阅读量：1.2亿
话题讨论量：4.2万

1.2 亿	4.2 万	278
阅读次数	讨论次数	原创人数



B站视频
78.2万
次播放



#雅哈一下活力出发
 1658.0w次播放

抖音视频
1658万
次播放



微信推文
198.8万
次阅读



线下覆盖
24万
人次