

520 挚爱之礼【做懂你的蓝朋友】 Tiffany&Co. × 360推广案例

- ◆ **品牌名称**：蒂芙尼（上海）商业有限公司
- ◆ **所属行业**：奢侈品
- ◆ **执行时间**：2022.05.01-05.20
- ◆ **参选类别**：效果类-品牌传播

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwMzgxOTkzMg==.html

2022

520

挚 爱 之 礼

做懂你的蓝朋友

 360智慧商业

TIFFANY & Co.





疫情这四年

我们的生活被发生了翻天覆地的变化
而唯一没有改变的，就是改变

疫情改变了我们的生活习惯

疫情改变了我们的看世界的步伐

疫情改变了我们的购物习惯

疫情也改变了与恋人的相处时间

或多或少.....

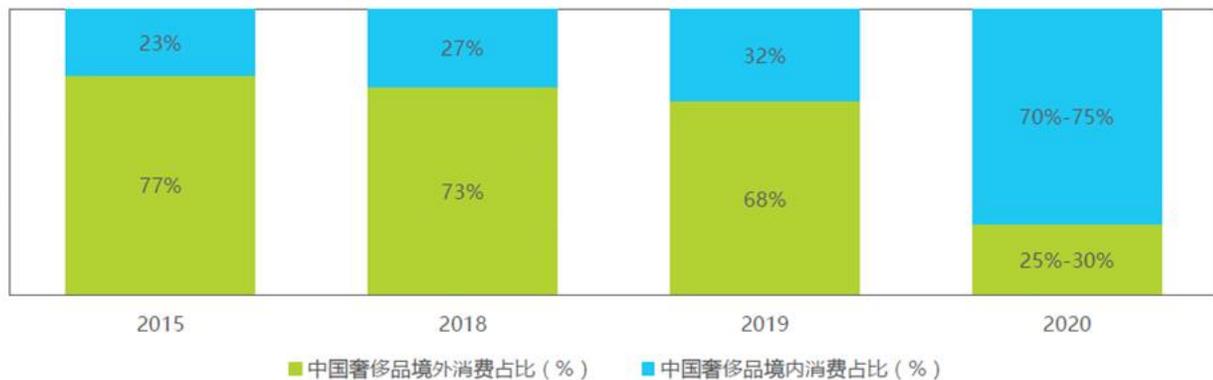


奢侈品疫变

2020年起中国奢侈品境内消费的比例远超境外消费比例

麦肯锡在2019年4月发布的报告，2018年中国人在境内外的奢侈品消费额就达到了7700亿元人民币，占全球奢侈品消费的32%。2019年这一比例进一步上升到35%，并且其中约70%的消费发生在海外市场或国际旅途中。

2015&2018—2020年中国奢侈品境外消费和境内消费占比分析



2016-2020年中国奢侈品消费规模

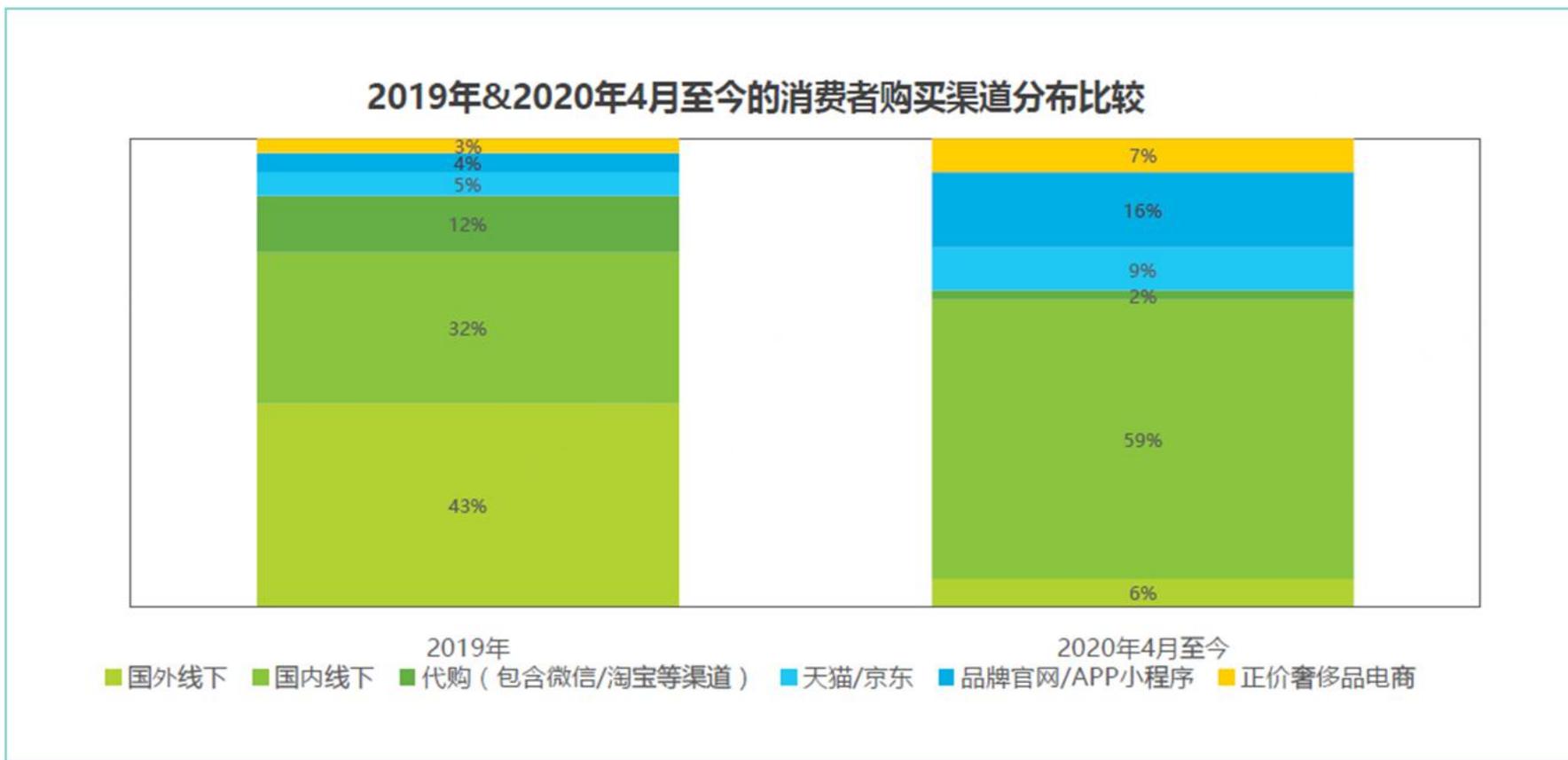


来源：贝恩《2020年中国奢侈品市场势不可挡》，艾瑞咨询研究院自主绘制。



奢侈品疫变

2020年奢侈品购买方式依旧主要集中于线下，线上购买已呈大幅上涨趋势





奢侈品疫变

2022 上海

2022年第二季度的上海首当其冲地受到了影响

占中国整体奢侈品市场约
10-15%

货物吞吐量达到了中国
货物总量约
五分之一

中国·上海
SHANGHAI

May

五月销售表现不佳

年同比下滑约40-45%

线上可挽回封控期间损失约30-40%的销售额

新冠疫情迫使大品牌建立更加稳定的零售网络，包括
建立电商合作关系和扩大仓库覆盖范围。

2021

约16-18%的销售来自电商

2022

线上订单激增10-15%



疫情拉开的“距离感”赋予了这个世界520超越以往的使命

疫情

2022.5.20

物理距离 ▼

疫情，让更多的情侣成为无限异地恋

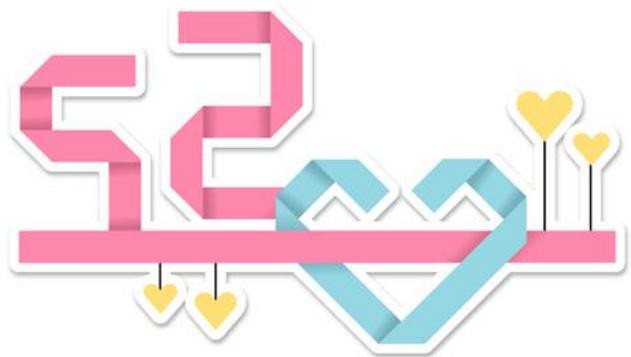
距离感，让无话不谈成了无话可谈

心理距离 ▼

疫情，也让更多的情侣长期居家审美疲劳

少了浪漫的调味，满眼互为居家的颓废

⚠️ 危险预警：找浪漫出不来，秀恩爱没素材



是浪漫的情人节，亦或许是……

更具挑战的 情人节！



这不是《功夫》一个棒棒糖就有一辈子的情愫

不经意间可能把情人节过成了劳动节、儿童节

每一年的努力筑成了TA对于惊喜的免疫“抗体”

保住 佳人

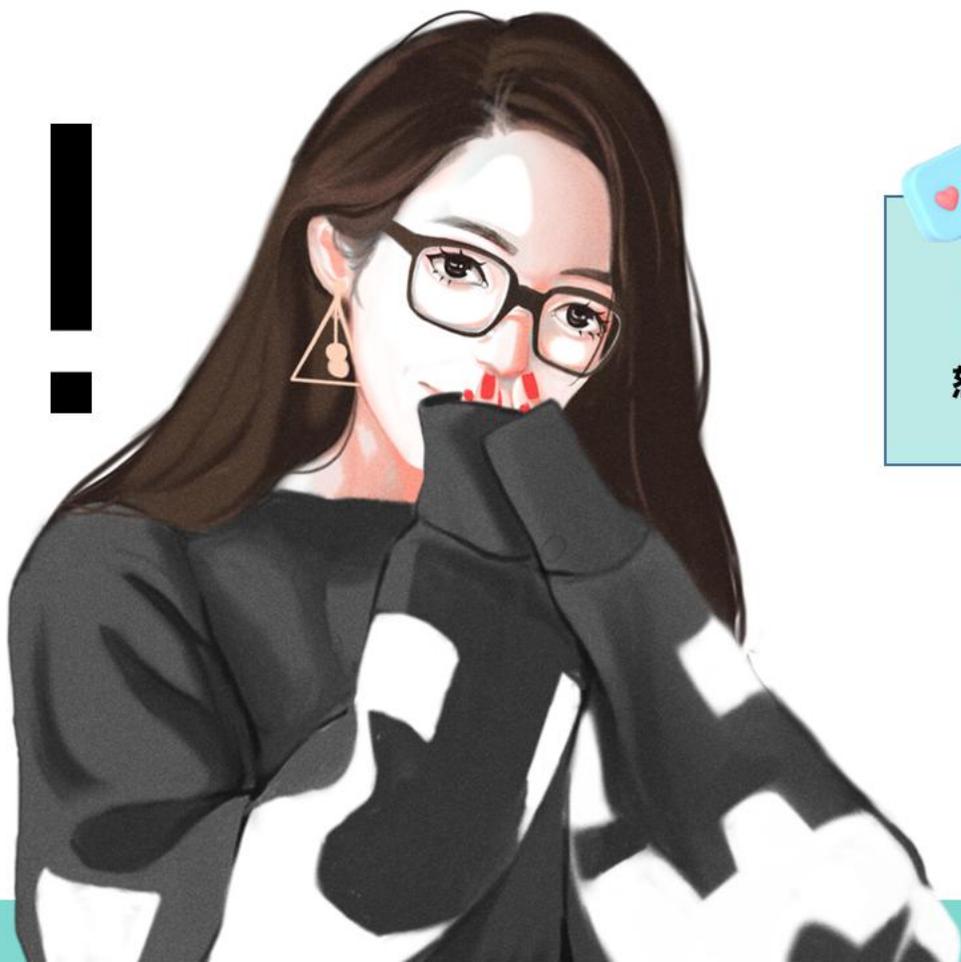
要超越、要走心、还要氛围拉满

男 难人





在这个重要的日子里
不踩坑、正确表达心意是送礼首要诉求



1.8米超大毛绒玩具

怒气值: ★★★★★



岁岁年年一花一巧

怒气值: ★★★★★



怪异化妆品

怒气值: ★★★★★

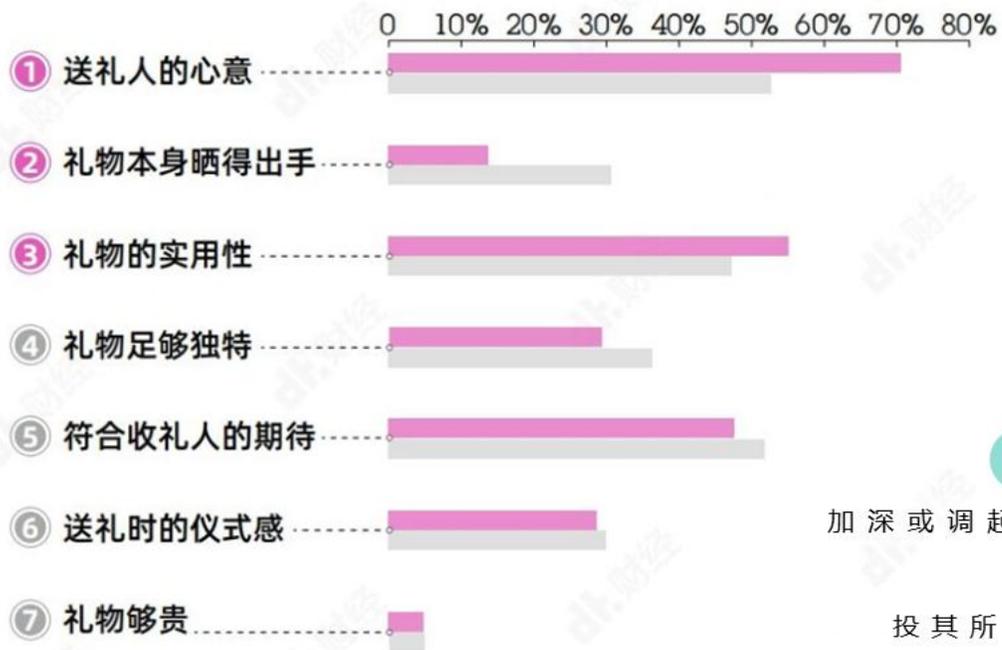




女孩的心思你别猜，用心就够了

女性收礼和男性送礼差异最大的要素

■ 女生收礼时看重 ■ 男生送礼时看重 选择该选项的人数比例



数据来源: DT财经

故事性

加深或调起浪漫回忆

耐用性

可以一直在身边的陪伴, 如首饰

需求性

投其所好, 满足她的需要

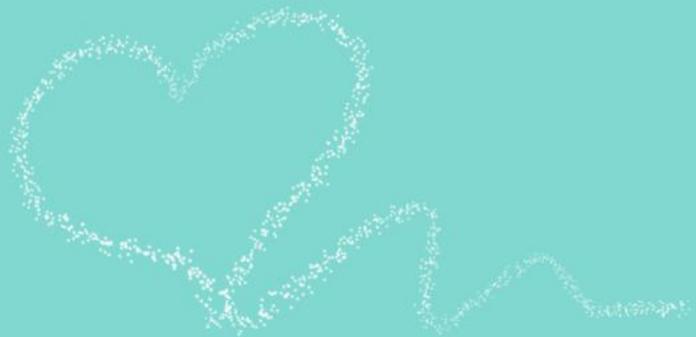
意外性

对方一直不舍得买的

“附加值”

精美包装, 直表心意





这世界有一抹蓝

会让礼物成为一份永不出错的心意



Tiffany蓝也称为**知更鸟蛋蓝**(Robin egg blue)，知更鸟**一生只娶一妻**，在西方它象征着**幸福美满**

这种颜色也成为了人们心中**最幸福的颜色**

Tiffany也因此选用这种蓝色作为自己的**标准色**

TIFFANY & CO.

2022.5.20

Tiffany HardWear 系列

谷爱凌 全新代言

蒂芙尼不再是“小公举”的专利

帅气和自我的女孩一样可以爱上这一抹传奇之蓝

520爱的主打系

TiffanyHardWear™系列珠宝

将品牌诞生地纽约的工业气息、独立精神与街头活力进行了艺术化的升华，既经典又前卫。这一系列的得名与设计灵感来自摩登无畏的态度和街头时尚风格，这正是令纽约的城市气质如此独一无二的重要内涵。

自信

果敢

无畏

个性

阳光

前卫



一份不会出错的爱的表白：只爱你成为自己的样子

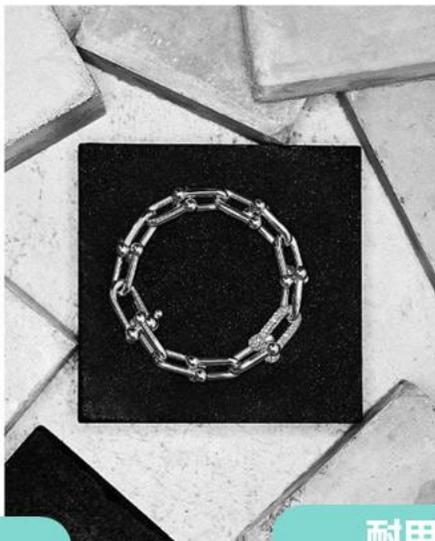


故事性



“不忘初心”

- 将品牌诞生地纽约的工业气息、独立精神与街头活力进行了艺术化的升华，承载着现代女性的力量与精神。每一款设计都是将纽约工业特质鲜明地升华。



耐用性



“永久陪伴”

- 兼具美观与世界级工艺，延续蒂芙尼严谨卓绝的工艺水准



需求性



“自信之美”

- 每一个搭扣都灵巧地隐匿在链接处，精妙地环环相扣构成了自然流畅的线条，为这一全新系列带来融合摩登与优雅的颠覆性美学



意外性



“为你奢侈”

- 众顶流明星的饰品选择：周冬雨、不老女神林心如、雨神萧敬腾.....



“附加值”



“幸福之蓝”

- 全球女性最爱的幸福标志——蓝色礼盒，即是爱的态度

TIFFANY & Co.

520 营销机会

顶流代言人
经典产品
节日热点



防疫情

保销量

相约·520

全力促进线上购买机会



精准传递至受众送礼就送Tiffany “走心之礼”

心意一步到位，Tiffany HardWear不二之选

营销挑战



大牌品质护航

品牌+工艺的强势加持

全球女性热爱

全球女性梦想的幸福之蓝

是时尚亦是态度

耀TA自信的成为梦想的模样





购礼需求

或送恋人

或送自己

寻找礼物

海量寻找灵感

品牌网站搜索

时尚

特别之礼
520惊喜礼物
女生喜欢什么?



职场精英

经济实力

轻奢消费

稳定收入

追求品质生活

享受生活

活跃场景

PC

日程计划

加购

订票、酒店

饭店预订

交通查询

APP

支付购物

点评查询

交通

天气

选贵的，更选对的!





推广策略：渗透式种草一份永不出错的礼物



360智慧商业



我愿意

陪你成为骄傲、自信的女孩

1

找对人

目标用户

迷茫选礼人群、Tiffany准受众

2

建通路

场景种草

在对的时间对的地点遇到“不会错的礼物”

3

感兴趣

主动探索

买一份让她开心到在朋友圈大肆炫耀的心动之礼



360智慧商业

为Tiffany520主打系

打造天时地利人和的营销生态



海量数据寻人
PC+移动+IOT

众里寻TA

360智慧商业

大安全背书
国家+出行+生活

信任加持

场景强化沟通
工作、生活、娱乐...

吸睛出场

Tiffany HardWear™



找对人



潜在人群

泛行业人群

泛送礼人群

精准范围内寻找可能购买Tiffany人群

行业人群: 奢侈品行业PPC及PMP广告点击人群

送礼人群: 520节日礼物词搜索人群

360画报

360搜索

意向人群

关注到Tiffany人群

缩小范围, 对Tiffany产生关注兴趣

广告点击人群: 通过广告进入Tiffany官网

官网访问人群: 访问过Tiffany官网人群

360画报

目标人群

品牌人群

核心范围, Tiffany种草受众

品牌人群锁定: Tiffany官网访客+Tiffany品牌搜索词

360画报

360搜索

Tiffany HardWear™





建通路：展示+搜索双管齐下 激发用户购买兴趣

TIFFANY & CO.

Tiffany HardWear™



众里寻TA：
适时而现，种草“不错”之礼

流量收口：
主动搜索，即现不二之选

展示

DMP甄选

360画报

PC：黄金8小时下甄选优质用户

品牌忠诚人群

奢侈品人群

节日送礼人群

搜索

吸睛呈现

360搜索

PC+移动：从种草到购买 所搜即所达

520节日冠名

品牌直达





Blue is the Color of Love

在努力赚礼物的场景中：遇见永不会出错的 爱的主打色

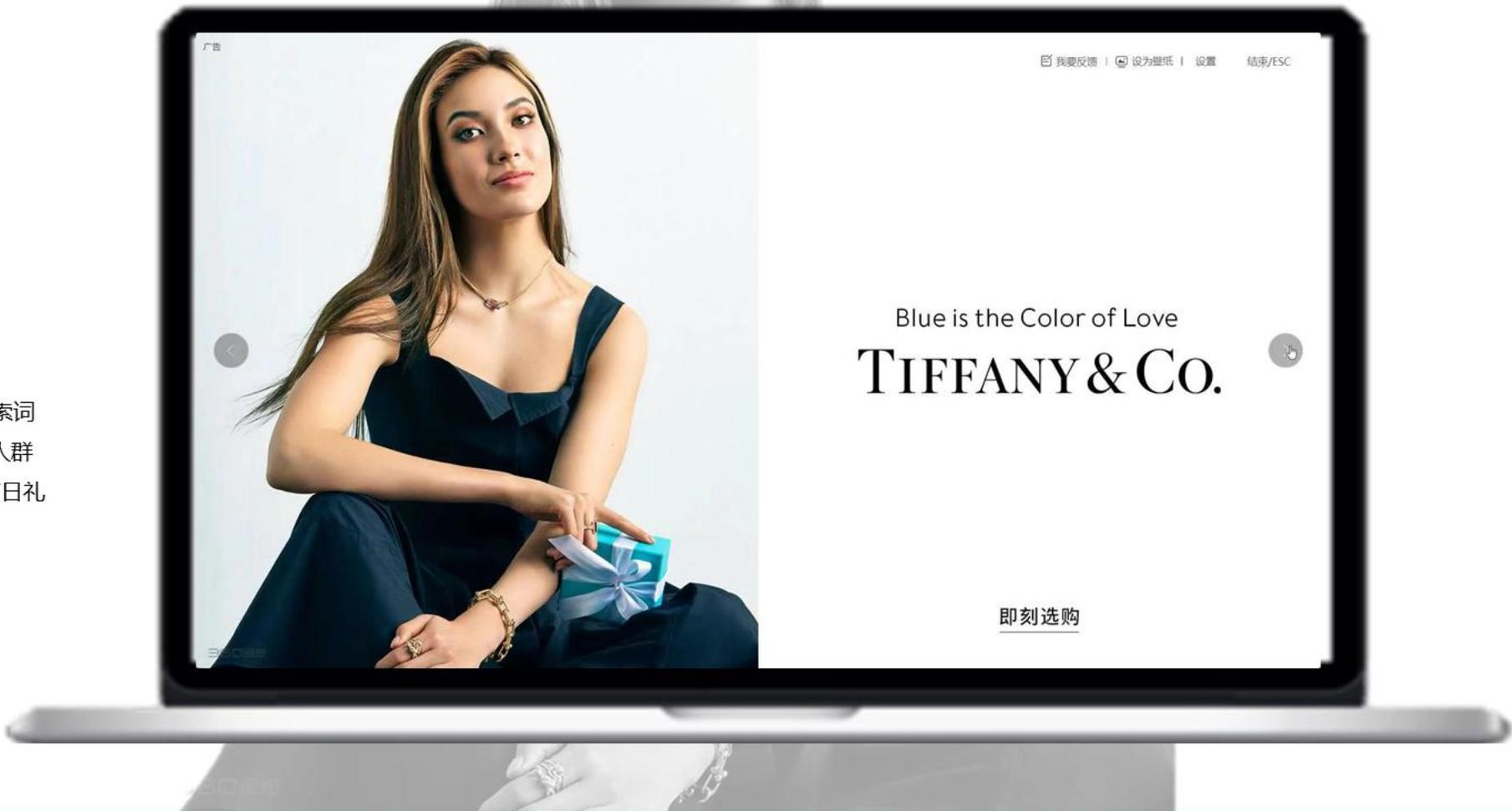


精准定向 从吸引到种草

Tiffany HardWear™

Tiffany 520屏保人群定向：

- 1、**品牌人群：** Tiffany官网访客+Tiffany品牌搜索词
- 2、**行业人群：** 奢侈品行业PPC及PMP广告点击人群
- 3、**节日人群：** 214情人节购物意向人群、520节日礼物词搜索人群





Blue is the Color of Love

大屏惊现惊喜推荐：99%女孩子都无法拒绝的幸福之蓝

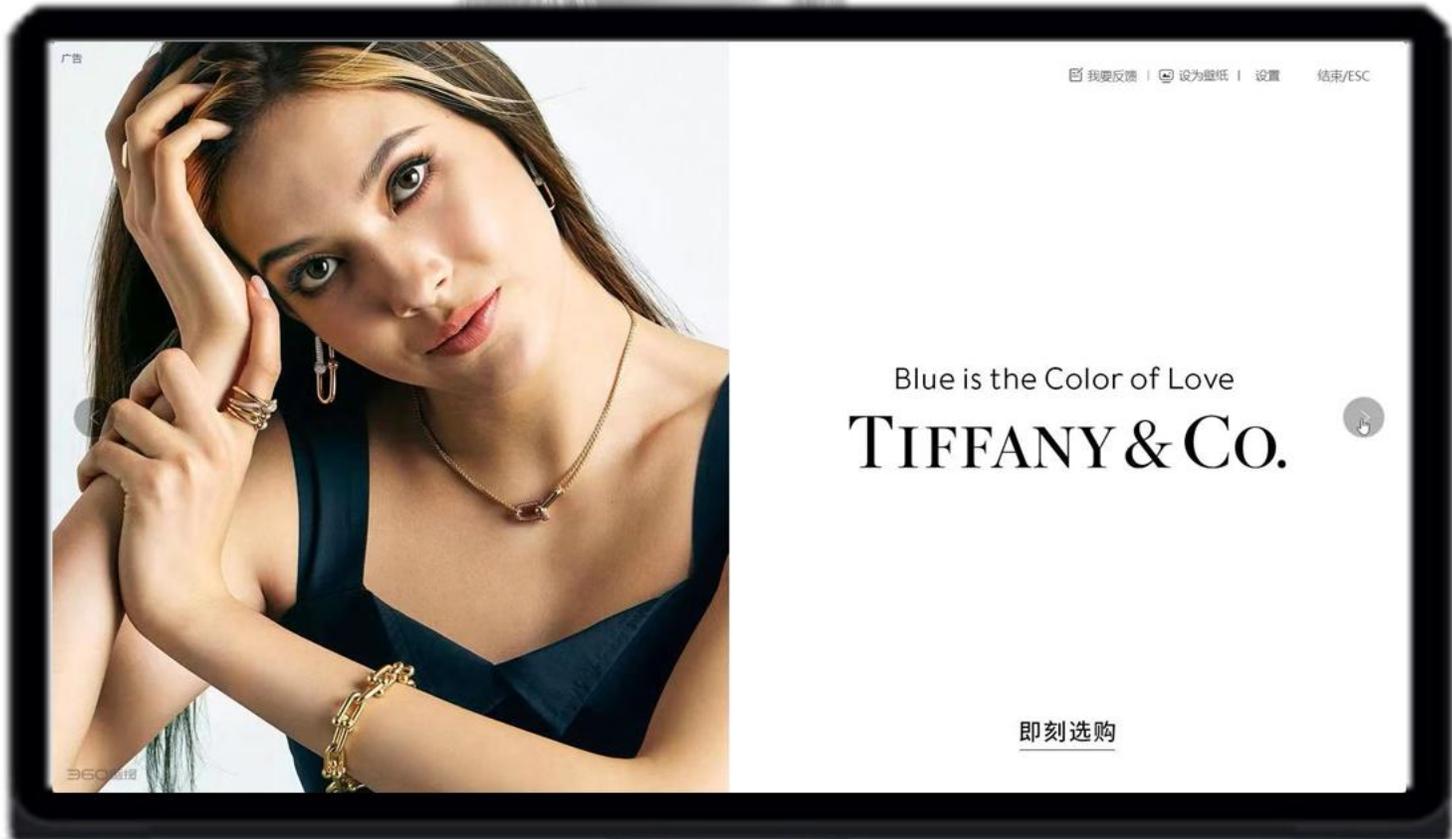


精准定向 从吸引到种草

Tiffany HardWear™

Tiffany 520屏保人群定向：

- 1、**品牌人群：** Tiffany官网访客+Tiffany品牌搜索词
- 2、**行业人群：** 奢侈品行业PPC及PMP广告点击人群
- 3、**节日人群：** 214情人节购物意向人群、520节日礼物词搜索人群



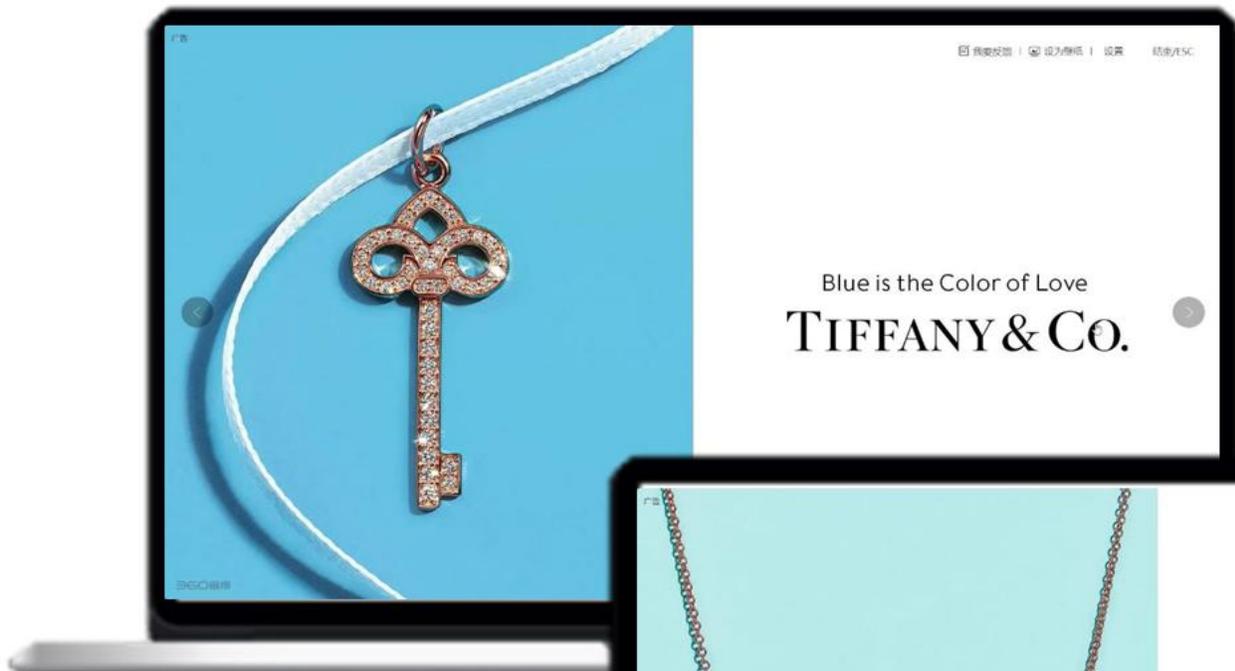


TIFFANY & CO.

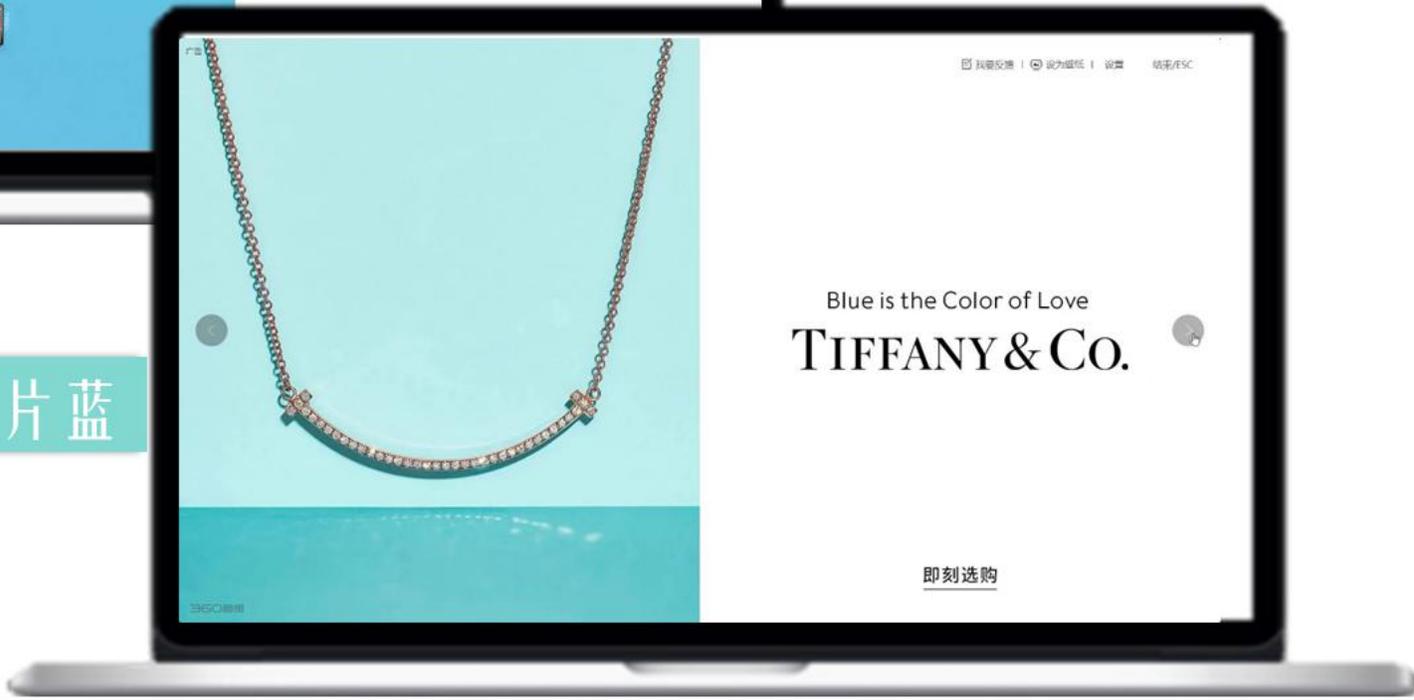


点燃用户“送礼求生欲”
顺势带动其他系列销量

TIFFANY & CO.



一次种草一整片蓝





节日冠名霸屏：搜索即现520送礼焦虑者“救命稻草”

360搜索

节日冠名 (独家)

520节日及相关送礼搜索词触发

520

520送女朋友什么礼物

520应该送什么

520特别的礼物

520送啥礼物

520惊喜

520送什么礼物给女朋友好

.....

360搜索

蒂芙尼

搜索

网页 资讯 问答 视频 图片 良医 地图 百科 文库 采购 软件 翻译

520情人节

2022年5月20日
农历 四月二十 星期五
节日已过

网络情人节(Network Valentine's Day)是信息时代的爱情节日, 定于每年... 详情>>

节日概况 | 发展历程 | 节日特点 | 数字语录

TIFFANY & CO.

蒂芙尼520全球限量款限时呈现 >>



品牌广告

14:22

360搜索

网页 资讯 图片 视频

520

搜索

为您推荐 520网 52345 521 cc520 5234

520情人节

节日概况 | 发展历程 | 节日特点 | 数字语录

2022.5.20 四月二十 还有 15 天

网络情人节 (Network Valentine's Day)是信息时... 详情>>

TIFFANY & CO.

蒂芙尼520全球限量款



品牌广告

最热门520大全_全网精选推荐

520礼物送女生送男生生日礼物男
朋友女友闺蜜老贤情人节实用礼品

大小

so.com



TIFFANY & CO.

直指目标用户：大幅品牌地带 一页覆盖全购买需求



品牌直达

品牌词、产品词



TIFFANY & CO.



【限时发售】蒂芙尼520全球限量款
【示爱臻选】为TA心选节日礼物
【纯银珠宝】即刻选购Tiffany 经典系列

品牌广告

相关音乐 | 反馈

不一样的520 遇见你刚刚好

用品牌的力量 · 为中国女性带来幸福之蓝

750W+

人群覆盖

81W+

活动页有效人群



推广亮点

【代言人+品牌疫情时代逆势突围】

将代言人+主推系列深度结合推广，融合提炼代言人及产品核心精神层面影响力同时精准覆盖疫情期间在家办公的主流消费人群



TIFFANY & Co.

【巨幕吸睛呈现，凸显时尚高级感】

360大屏资源助推，健康助手屏保形式氛围感强，凸显时尚高级感，展现潮流魅力，吸睛呈现深度影响目标用户购买意愿。



【击破线下习惯，助攻品牌线上战略】

依托360DMP大数据，对用户进行精细化分级管理，在客户原有预期的品牌人群中继续拓展出行业及节日送礼人群，搭配完整的资源战略打法。将更多核心用户锁入囊中



【紧抓节日爆点 打造送礼C位】

完整融合520节日氛围，搜索+展示的组合拳打法，从被动到主动方面层层影响用户购买决策，达到从迷茫到精准购礼的种草效果。

