

2022年元气森林整合营销

◆ **品牌名称:**元气森林

◆ 所属行业:餐饮快消

♦ 执行时间: 2021.09.22-2022.02.20

◆ **参选类别:**新消费品牌营销类



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

谷爱凌:

https://www.xinpianchang.com/a11744664?from=UserProfile

苏翊鸣:

https://www.xinpianchang.com/a11756965?from=UserProfile

徐梦桃:

https://www.xinpianchang.com/a11756426?from=UserProfile



• 营销背景

伴随着互联网成长的一代,Z世代已经成为我国经济消费的核心力量,作为元气森林的目标人群,他们要求饮品安全健康,同时,他们更愿意为个性化、定制、原创的内容和服务买单,因此,能形成文化认同,引发情感共鸣的品牌价值营销,更能与他们建立起沟通的桥梁。

• 营销目标

持续品牌新鲜感、持续品牌话题性、持续品牌忠诚度。



• 策略部分:

根据元气森林品牌"年轻、潮流、个性"的品牌调性打造细分市场,突出品牌独有的优势,打造品牌专属文化IP,建立元气森林品牌的正向联想,占领Z世代心智,实现长久复利价值。

• 创意部分:

挖掘、纪录、解读Z世代新青年的典型人物,打造展现元气新青年「正能量」态度的大型系列微纪录片。



执行过程

- 1.人物预热海报
- 5大元气新青年态度证言首发,造势出圈。





2.素人-微纪录片展示

今天的收获离不开曾经对梦想的不离不弃,影片以独特的视觉纪录5位新青年追梦路上的点点滴滴,以他们的正能量态度,为年青,争口气。







3.冬奥运动员-微纪录片展示

u视频展示

借势2022年北京冬奥会,选取3位元气新青年冬奥运动员,纪录人物态度以及他们身上独具的冬奥运动精神,以元气新青年,为中国打气。











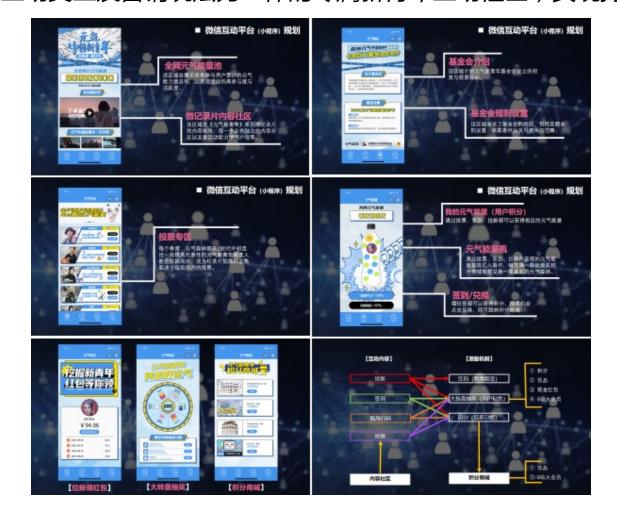
宣传平面展示





4.H5小程序展示 打造集视频内容。

打造集视频内容、互动交互及营销玩法为一体的专属新青年互动社区,实现持续性IP价值。





本次元气新青年微纪录片,选取素人和冬奥运动员的角度,展现了**元气新青年元气满满的正能量**,以年轻态度,与Z世代建立起强有力的沟通和联系,引领年青新潮流,**打造元气森林专属文化IP,持续品牌新鲜感、话题性、忠诚度**,形成轰动全国的品牌影响力。