**林内100周年 “百年福袋”整合营销活动**

**广 告 主：**林内

**所属行业：**家电

**执行时间：**2020.09.01-10.31

**参选类别：**电商营销类

**营销背景**

2020年是林内品牌一百年周年诞辰，100年来林内匠心传承，以孜孜不倦的科研探索精神服务广大用户。

在正式跨入百年之际，林内将抓紧这一百年营销机遇， 打造一场具有标志性的营销事件，面向广大消费者传播品牌力，与全民狂欢，为第二个一百年奠定良好的开局。

**营销目标**

造标杆，全网事件营销打爆话题，引领行业营销风向。

立高度，核心创意扛旗，传播打法亮剑，百年出手非凡。

递价值，拔高品牌价值，面向市场传播全新百年品牌理念。

**策略与创意**

**策略：**将林内百年诞辰转化为百年品牌力。

一场预热落地活动高调官宣活动信息，掀起全网话题强势吸睛；

一个全国百城竞赛PK、解锁空降福利的互动H5与全民狂欢；

一场深度合作电商平台无人机真实空降虚拟到现实的事件爆点营销；

三步走循序渐进打造林内百年庆标杆营销活动。

**创意：**借势【福袋】概念，打造以【林内百年福袋】为核心的创意行动，通过聚合全国百城、掀起城市PK的互动H5【百年林内福气地图】，激励用户解锁【无人机】空投奖励，将装载着豪华福利的百年福袋真实空降到消费者手中，借势百年诞辰之际将林内满满一百年的福气传递给每一位消费者。

**执行过程/媒体表现**

1. **林内X京东高岛屋926活动，一场预热落地活动高调官宣活动信息，掀起全网话题**

2020年9月26日，于上海高端百货商场高岛屋，正式开启了[林内](http://product.yesky.com/disinfector/rinnai/)x京东“10.19巅峰24小时”活动，并将其作为林内百年福袋空降活动的第一站，为林内x京东超品预热，高调宣布百年福袋空降活动信息。

在活动中，林内【百年福袋】礼包正式官宣亮相，同时上线福气地图有奖互动H5，多种现场互动形式炒热气氛。活动受众现场用户积极参与与媒体的热烈好评。

图片包含 室内, 桌子, 食物, 项目

描述已自动生成 一群人在跳舞

中度可信度描述已自动生成

**二、百年林内福气地图互动H5，全国百城竞赛PK，解锁空降福利，与民狂欢**

上线百年林内福气地图H5，吸引广大消费者参与互动解锁无人机空降。

* 百城参与PK，制造地域竞争。
* 多种方式累积福气值，最高可解锁无人机空降百年福袋福利。
* 大规模社交裂变，扩散活动影响力。

通过站外资源投放，集中曝光传播，充分覆盖人群，吸引全民广泛参，扩大活动影响力，为本次活动持续预热积累人气。



1. **苏宁/京东总部无人机真实空降百年福袋，虚拟到现实的爆点事件营销**

林内分别联手京东&苏宁在线下主题营销活动，上演真实版无人机“空投”百年福袋，将苹果12及百年福气传递到用户手中。

现场设置低门槛的互动活动，用户扫码即可参与，每个整点抽取一个福袋大奖，全面盘活人流。

邀请多家本地媒体现场报道，其他平台争相转发，用户朋友圈自发扩散，在行业内引爆话题。



**营销效果与市场反馈**

10月12日林内苏宁旗舰店和一直播双平台直播全网总曝光量高达为**一千万**人次；

同时网红主播在朋友圈的二次宣传，为本次苏宁超级品牌暨无人机空降活动带来更多的曝光；

活动期间，站内站外资源360°品牌全曝光，实现了全网超**1亿人**曝光；

H5活动线上浏览量超**12W**人次，点击参与人数超**4W**。