**松下聚嗨盘新品上市Campaign**

**广 告 主：**松下

**所属行业：**电器

**执行时间：**2020.12.01-2021.01.31

**参选类别：**视频内容营销类

**营销背景**

春节临近，没什么比“能不能回家过年”更牵动人心了。松下全新网红爆款“聚嗨盘”，体恤每一位消费者迫切与家人、与爱人、与朋友团聚的心情，携手各行各业顶级KOL，创作出触动人心的场景，开启了春节“聚嗨微电影”热潮，盘聚悦己爱意、盘聚挚友爱意、盘聚全家爱意、盘聚情侣爱意……

**营销目标**

在此次松下“聚嗨盘”天猫小黑盒营销战役中，我们希望通过找准产品定位、制定精准策略为起点，辅以当下流量KOL背书种草、顶流主播强转化和时兴玩法，能够成功强化消费者对新品的认知，同时解决品牌上新、转化、粉丝沉淀等多维营销需求。最终达到帮助“聚嗨盘”成功破圈的目的，将其打造成备受欢迎的网红料理锅。

**策略与创意**

巧妙运用经典ASMR影音，激发精致美食家听见料理狂想曲。我们深知色香味俱全的食物会让人食指大动，烹饪时食材碰撞的声音同样让人口水直流。以此为灵感，我们采取了ASMR创意影音形式，通过听觉刺激将食品的美味信息传递给观众，在听着、看着、感受着的过程中，联系视觉、听觉、味觉、嗅觉等，用“聚嗨盘”打通你的料理五感。

**执行过程/媒体表现**

针对目标消费者，“料理无界，一桌Say嗨”的核心理念应运而生，旨在打破传统厨房空间，让料理真正无界。相应，我们推出概念KV湖海篇和山川篇。



同时针对不同的人群和场景，发掘5大卖点，设计了温馨嗨、悠闲嗨、浪漫嗨、尽兴嗨、欢乐嗨5张精美海报。



并拍摄了5支风格各异的场景化视频：温馨早餐篇、一人下午茶篇、情侣晚餐篇、朋友聚餐篇、全家年夜饭篇，提供了5种say嗨方式。

**松下TVC**

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDYyNDg5Mg==.html>

松下“聚嗨盘”家庭早餐篇

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDYyMzg4NA==.html>

松下“聚嗨盘”一人下午茶篇

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDYyNjY0NA==.html>

松下“聚嗨盘”情侣晚餐篇

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDYyNzE4MA==.html>

松下“聚嗨盘”全家年夜饭篇

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDYyNzUzMg==.html>

松下“聚嗨盘”朋友聚餐篇

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDYyNzcyOA==.html>

ASMR

松下“聚嗨盘”ASMR云香松饼

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDY0MTA2NA==.html>

松下“聚嗨盘”ASMR大阪烧+烧鸟

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDY0MDU5Ng==.html>

松下“聚嗨盘”ASMR香煎嫩烤牛排

<https://v.youku.com/v_show/id_XNTEwMDY0MTQ5Mg==.html>

松下“聚嗨盘”ASMR日式厚炸猪排

<https://v.qq.com/x/page/e3227s2ebep.html>

松下“聚嗨盘”ASMR红福开运酸菜鱼

<https://v.qq.com/x/page/m3227jdvjeh.html>

**营销效果与市场反馈**

从圣诞节、年夜饭延续到214情人节，我们用生动的场景化体验感，进一步提升消费者的共鸣和体验感，促使“料理无界”的理念深入人心。“聚嗨盘”的热度持续升华，一系列情感洞察引发消费者强烈共鸣，销售再创新高！