**联合利华×支付宝 品牌密室**

**广 告 主：**联合利华

**所属行业：**快消

**执行时间：**2020.08-09

**参选类别：**跨媒体整合类

**营销背景**

支付宝首页新下拉功能上线推广，联合利华作为首个品牌与支付宝的下拉功能进行跨界联合。

**营销目标**

让消费者了解支付宝新功能的同时，通过品牌密室解锁任务，获取联合利华线下新零售场景的购物抵扣券，引流线下实现购买，同时联动线下，携手零售商共创。

**策略与创意**

**策略：**预热期通过双微抖音等渠道联动造势，引流至支付宝参与活动玩法，同时线下零售店包天包地，并开设快闪店，增加线下曝光热度。

**创意亮点：**魔法U乐园，打造联合利华的魔法乐园仙境，在仙境中让消费者找出指定物品完成游戏通关，找茬互动增加消费者产生对联合利华产品的记忆度，同时通过大额购物抵扣券增加利益钩子。

**执行过程/媒体表现**

**蓄水预热期-品牌传透 联动造势**

-内容频道持续输出

网红抖音视频 公众号 网红微博



抖音视频连接 <https://www.bilibili.com/video/BV19v411W7hb>

-线下快闪店





-零售商包天包地



**爆发期-多端引流密室趣味玩法**

-密室趣味玩法

支付宝品牌密室入口 寻找魔法物品（其中之一）



视频链接<https://www.bilibili.com/video/BV1mA411H7rD/>

**营销效果与市场反馈**

加强活动销售额增量**1043万；**

核券率增长**+857%；**

落地下线城市**7471家；**

活动渠道总曝光 **17亿+；**

线上消费者参与**101万。**