**东鹏卫浴《小角落的非凡使命》**

**广 告 主：**东鹏整装卫浴

**所属行业：**泛家居

**执行时间：**2020.05.15-06.30

**参选类别：**视频内容营销类

**营销背景**

东鹏卫浴所属的卫浴行业，处于一个作为大众低认知度品牌，亟待认知的破局，尤其是整装卫浴概念盛行的今天，需要在消费者心目中形成清晰且专业的品牌认知。

**营销目标**

塑造全新的品牌形象，突出“用心为健康”的品牌利益点，打通与消费者情感上的关联，形成直接的C端品牌认知及认同。

**策略与创意**

卫浴空间在家居空间中一直处于一个弱地位，相比于卧室、厨房、客厅而言，没有那么多的话题，和消费者使用的时间也相对较少。本创意正是基于这个点，“不被重视的小角落”却有“特别的用心和使命”，将卫浴空间拟人化，进行一次告白，去体现，即便和主人相处的时间很短，但仍然可以用自己的方式去关怀着每个人家人，并以产品的科技，用心为每个人的健康着想，这才是卫浴这个小角落的非凡的意义。

**执行过程/媒体表现**

影片推出，在社交媒介进行推广，引发思考探讨和共鸣；让小角落的非凡使命引起消费者重视，进而引起对高品质卫浴选择的重视

视频链接：<https://www.xinpianchang.com/a10847265?from=UserProfile>

**影片执行：**

****



**营销效果与市场反馈**

50+个工作人员（拍摄团队/策划团队/宣发团队），持续投入60+天，东鹏卫浴《小角落的非凡使命》短片项目服务。共输出1条视频，3组海报，10+篇稿子，照片素材200+张，进入专业的创作人社区新片场新片场周榜单，多家媒体持续传播30天，总曝光量超过200W+。