**海尔京东618整合营销—百万年薪寻智作人**

**广 告 主：**海尔

**所属行业：**家电行业

**执行时间：**2020.05.25-06.18

**参选类别：**数字媒体整合类

**营销背景**

疫情阻断2020家电行业上升趋势，倒逼家电市场逆势求生。

消费者对家电的“追捧”向线上转移，京东、天猫成为位列前两位的家电零售渠道商。

**营销目标**

品牌：通过社会责任感共情，有效提升用户好感度；

用户：特殊时期热点借势，加强品牌曝光量；

销售：京东618大促节点，帮助品牌借助破解流量困局，引领家电品类销量再攀高峰。

**策略与创意**

消费者洞察：

* 疫情消费降级，就业环境不稳定。
* 企业大幅裁员，加重人们生活负担及心理压力。
* 当前社会形势，让人们对美好未来的憧憬逐步放大。

营销策略：

从“**唤醒疫情下感知美好生活的心”**沟通点切入，借势当下社会热门就业问题，发起一场面向全民的**“无门槛招聘”。**

将契合品牌的**“美好生活享受力”**定为唯一考核标准，通过优质创意场景化展示产品RTB，触及更广泛的全民TA，引发自主传播，实现海尔口碑&销量双引爆。

**执行过程/媒体表现**









视频链接：<https://www.bilibili.com/video/BV1wK4y1s7Uw/>

  

**营销效果与市场反馈**

