

The North Face Freeride数字营销整合项目

- **品牌名称：** The North Face
- **所属行业：** 户外运动-零售
- **执行时间：** 2023.11.01-12.02
- **参选类别：** 数字媒体整合类



The North Face

Freeride数字营销整合项目

高山街头 驭雪自由

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

http://www.iqiyi.com/v_dcnhpxw3ug.html



背景

在户外运动趋势不断增长的现状下，北面为了能够更好的占领「雪季户外」场景，专线设雪季产品线：FREERIDE雪服。并通过自主IP《Urban Ride街头有噱头》作为载体，联合短视频巨头平台「抖音超级品牌日」有效的提高了转化效率。

传播

#年轻人的第一件雪服#

占领

年轻人的雪季户外场景

- 造势引流提升转换率
- 以年轻、潮流、价优的优势抢占年轻群体的心智。
- 让北面Free Ride成为#年轻人的第一件雪服#



传播
洞察

**#雪季滑雪&穿搭#成为
年轻人热门TOP话题**

触点
平台

**网红打卡点/抖音/微博/小
红书为首的公域流量平台**

- 「张园」地标性的建筑为卖点，通过AIGC的吸睛的video，结合活动最大化吸睛+传播





创意亮点

更大
街头有噱头

AIGC吸睛视频



不止
街头有噱头

网红地赛事直播

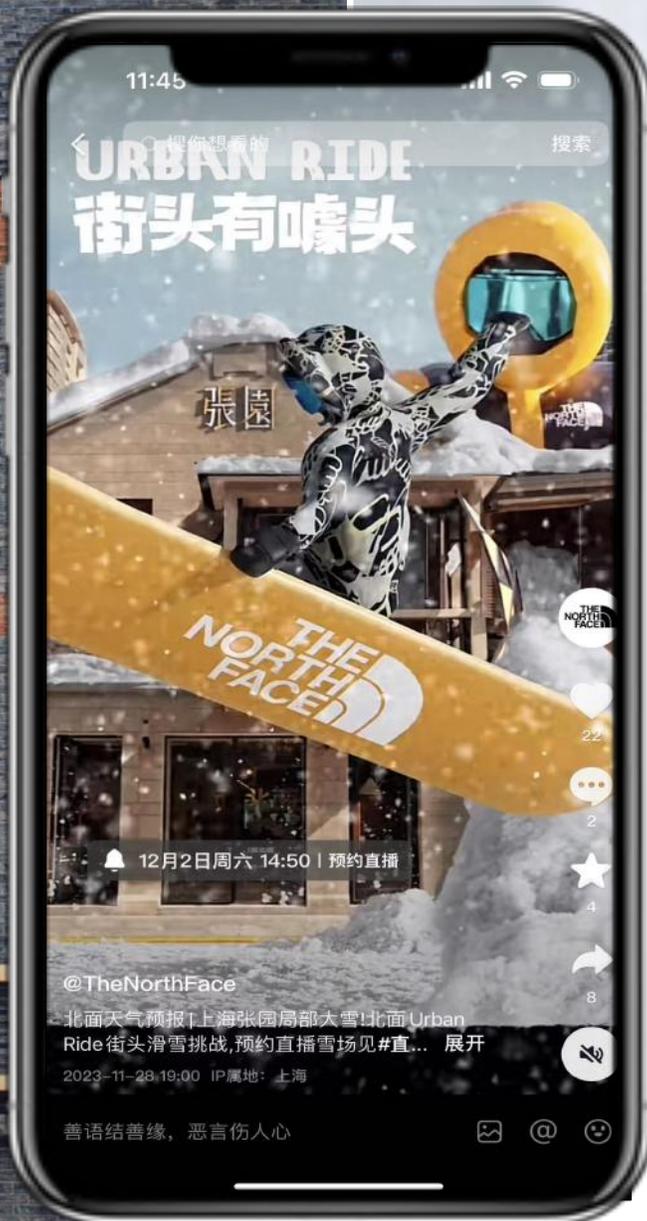
创意亮点

AIGC视频助力

張園

ZHANG
YUAN

OUR PRIDE.
OUR PL



街头有嚟头

创意亮点

赛事直播 运动员引发热议



街头有噱头



- **吸睛热议：**以「北面让张园街头提前下起了大雪」，为AIGC视频角度，燃起期待与好奇。
- **联动传播：**邀请众多年轻滑雪热爱的KOL&运动员滑手共同扩散AIGC视频&活动，占领心智，种草铺垫。
- **转化激活：**全网引发热议，实现了超品日高效的转化基础，沉淀了较多的A3人群。



营销效果



强共鸣引发杰出的消费者互动表现：

- AIGC预热视频及超品达人视频总曝光和互动**超4.7M人次**；
- 「街头有噱头」直播曝光高达**5M (+10% vs plan)**，有效观看总人次超**100W+**
- 助力超品日7天GMV突破**1.12亿**，销售环比增长**+35%**