

短视频魔法棒，点亮义利食品品牌新活力

- **品牌名称：**义利食品
- **所属行业：**食品行业
- **执行时间：**2023.08.01-12.30
- **参选类别：**短视频营销类

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

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM3Mzg1MDk4MA==.html



品牌传播及营销背景

- 有“中华老字号”美誉的北京义利食品，凭借其经典的口味与品质，深受消费者喜爱。然而，随着时代的变迁，品牌老化成为义利食品不得不面对的问题。与此同时，年轻消费者对食品的要求不再仅仅满足于口味，更追求品质、文化与情感共鸣。短视频平台因其直观、生动的特点，成为品牌与消费者建立情感连接的绝佳场所。

行业发展背景

- 在食品行业，品牌竞争日趋激烈。传统品牌与新兴品牌同台竞技，如何在众多品牌中脱颖而出，成为每个品牌都必须思考的问题。短视频营销的兴起为品牌传播提供了新的机会。在这个背景下，北京义利食品决定尝试短视频营销，以期在年轻消费者心中树立新的品牌形象。

面临的营销困境及挑战

- 在营销过程中，我们面临三大挑战：首先是品牌形象的老化。如何让年轻消费者重新认识并爱上义利食品，是摆在我们面前的首要难题。其次，短视频营销需要新颖、有创意的内容。如何用短短几分钟吸引观众的注意力，并传递品牌价值，成为我们创作的难点。最后，如何让年轻消费者产生共鸣，并转化为实际的购买行为，也是我们需要攻克的难题。

- **预期目标**

提高品牌知名度，让更多的人知道并记住义利食品品牌。

提升品牌形象，传达义利食品的价值观和特点，以吸引目标客户。

通过与消费者的互动，建立品牌忠诚度，让消费者成为义利食品的长期拥趸。

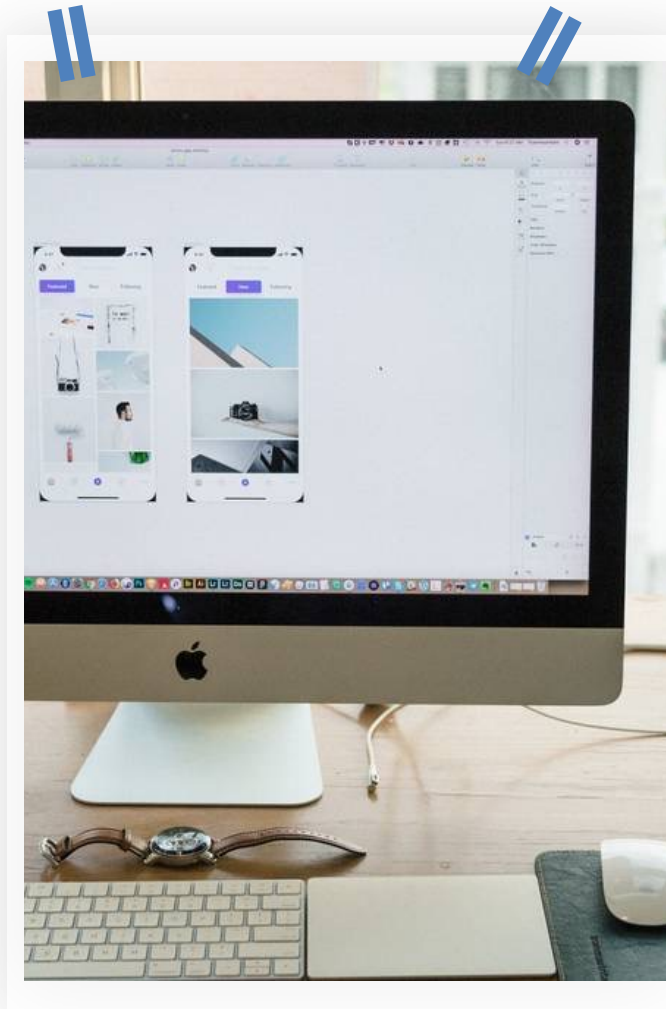
- **整体目标**

通过塑造积极的品牌形象，培养年轻消费者对义利食品的长期喜好，为品牌的未来发展奠定基础。

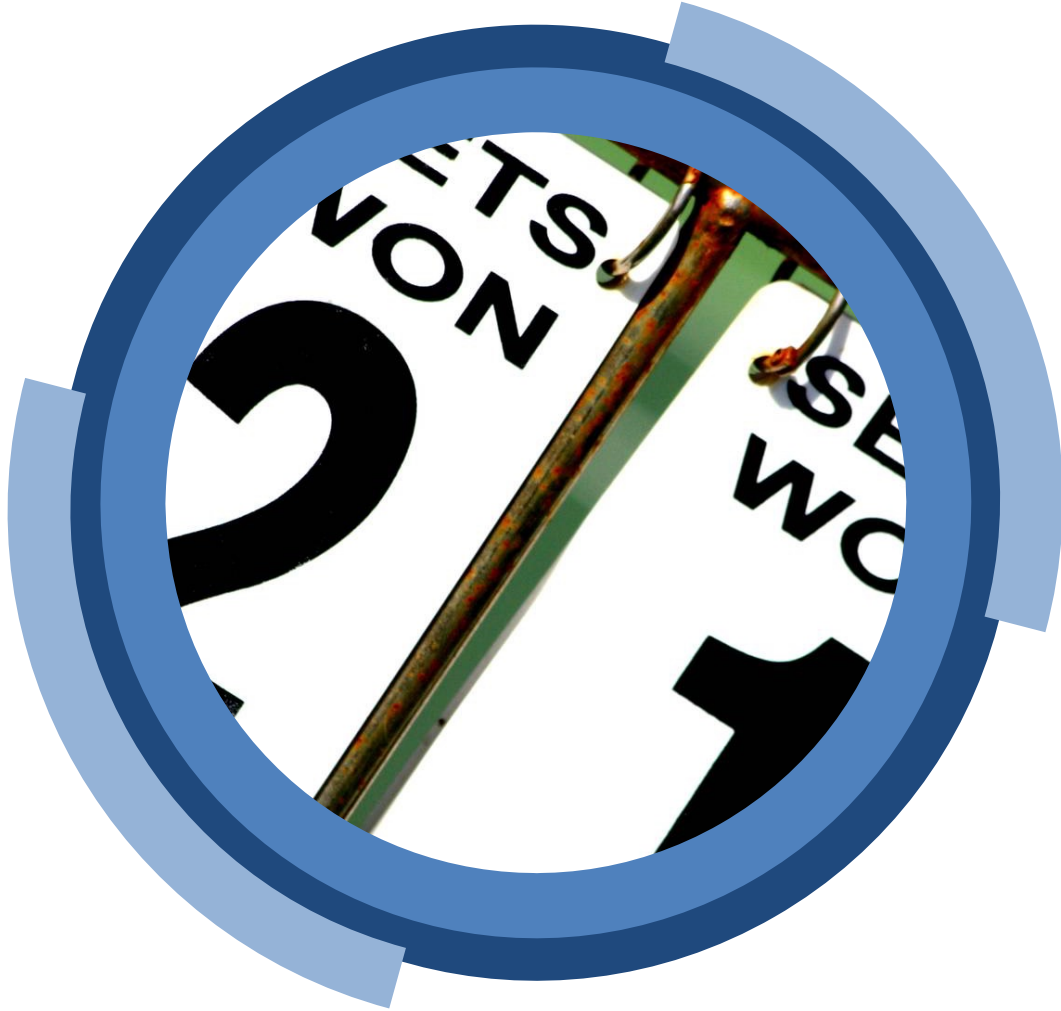
- **阶段目标**

利用短视频平台吸引年轻消费者，提高品牌在年轻人群中的知名度和好感度。





- **精准定位**：北京义利食品短视频营销案例明确地将目标受众定位为年轻消费者。通过精准的定位，营销活动能够更有针对性地传递信息，提高营销效果。
- **创意内容呈现**：在短视频中，巧妙地将义利食品的传统特色与现代元素相结合，打破了传统营销的刻板印象，为品牌注入了新鲜活力。通过创意的内容，吸引年轻消费者的关注，引发情感共鸣。
- **多元化的传播渠道**：除了短视频平台，还结合其他社交媒体和线上平台进行传播，形成多元化的传播渠道，扩大品牌的影响力。
- **互动与参与**：利用短视频平台的互动功能，发起话题挑战和线上活动，提高用户的参与度。通过与年轻消费者的互动，增强品牌忠诚度。
- **整合营销策略**：短视频营销并非孤立的，而是整合了线上线下多种营销手段。例如，配合线下的产品发布会和公益活动，线上短视频进行预告和回顾，形成全方位的营销攻势。
- **数据驱动的决策**：在短视频营销过程中，实时监控数据并及时调整策略。通过数据反馈，不断优化内容，提高营销效果。



一、市场调研与策略制定

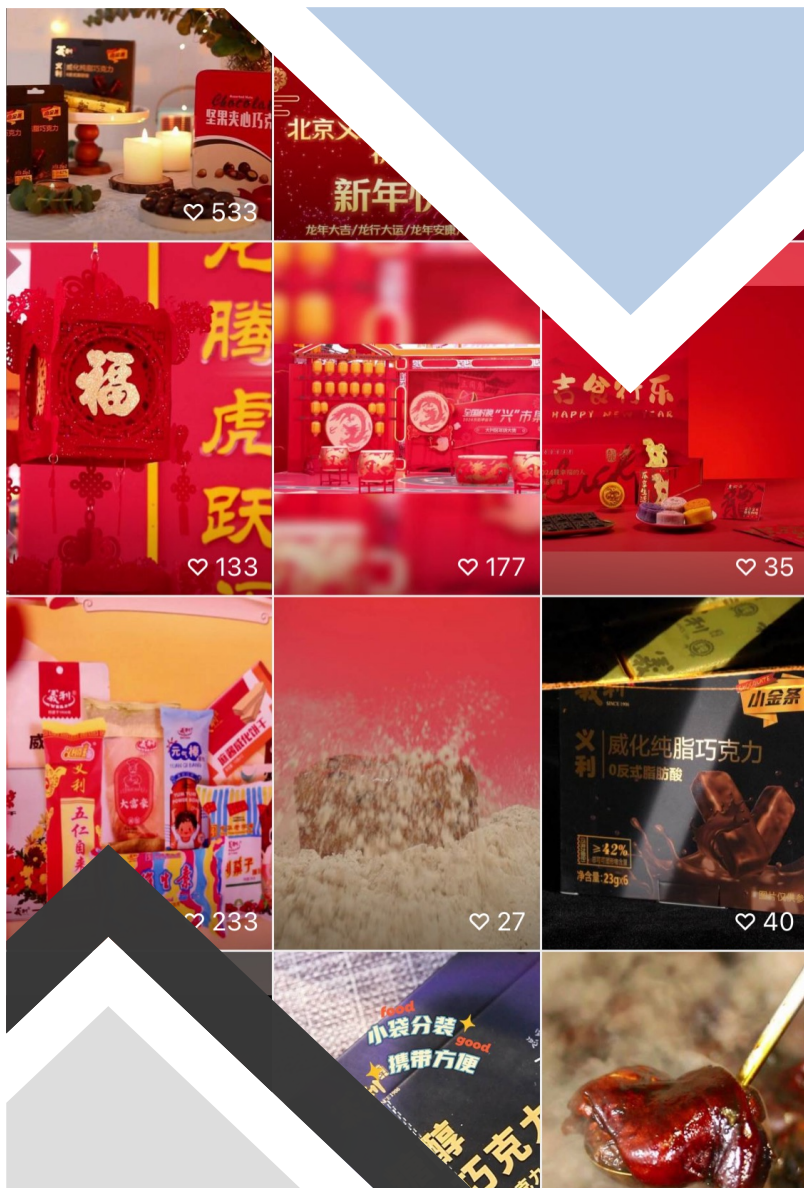
- 目标：深入了解年轻消费者的需求、喜好及消费习惯，为策略制定提供依据。
- 执行：通过市场调研、数据分析，明确目标受众的媒介使用习惯、内容偏好等。

二、创意内容制作与传播

- 目标：制作高质量、有吸引力的短视频内容，提高品牌曝光度。
- 执行：组建专业拍摄团队，确保视频质量。结合品牌特点和年轻消费者兴趣，设计多样化内容，如产品展示、品牌历史、用户故事等。运用创新拍摄手法和视觉效果，增加视频吸引力。
- 媒介优化组合：利用短视频平台作为主要传播渠道，结合微博、微信等社交媒体进行内容分享和推广。合作KOL进行品牌宣传，提高视频在目标受众中的触达率。

三、效果评估与优化

- 目标：对营销效果进行实时监测与评估，调整策略以提高效果。
- 执行：建立数据监测机制，收集和分析视频观看量、点赞、评论等数据，根据数据反馈，调整内容制作和传播策略。
- 媒介优化组合：根据数据反馈，优化媒介组合，如增加在某些社交媒体的投放力度。结合线上线下的活动和互动，形成多渠道的传播合力。



营销活动取得了显著的效果，相关数据如下：

- 视频观看量：总观看量达到150万次，单条视频最高观看量突破10万次。
- 互动数据：点赞量增长500%，评论数提升300%。
- 品牌知名度：在目标受众中，品牌知名度提升220%。

来自各方的反馈与点评：

- 广告主：北京义利食品的短视频营销传播活动取得了非常好的效果，品牌知名度有了显著提升，我们很满意。
- 业界专家：这个案例充分展示了短视频营销的潜力。通过精准定位和创意内容，成功吸引了年轻消费者，值得其他品牌借鉴。
- 媒体：北京义利食品的短视频营销活动做得非常出色，内容新颖、创意独特，为品牌带来了大量关注。
- 受众：我非常喜欢北京义利食品的短视频，它们既有趣又富有情感。通过这些视频，我更了解了义利食品，也更喜欢这个品牌了。