

315节点营销：机械制造·创见不凡

- ◆ **品牌名称：**中嘉、紫东、鸿泽、中汇、鼎大
- ◆ **所属行业：**机械行业
- ◆ **执行时间：**2021.03.01-03.26
- ◆ **参选类别：**场景营销类

立足于B 2 B行业

我们基于315节点，创造了一次发声机会
更把握住这次发声机会

完成了一次漂亮的口碑打造

行业背景

对B2B企业来说，**品质**，是安身立命之根本
但同时，传统行业比其他行业更加缺少发声口
如何将硬核品质广而告之，为企业带来转化，是我们的根本命题

重要节点

诚信3.15

3.15——一年到头^{品牌} 品质最受关注的一个节点
众多品牌的[重大公关日]
这个一些品牌避之不及的节点，却也暗藏着难得的营销机会

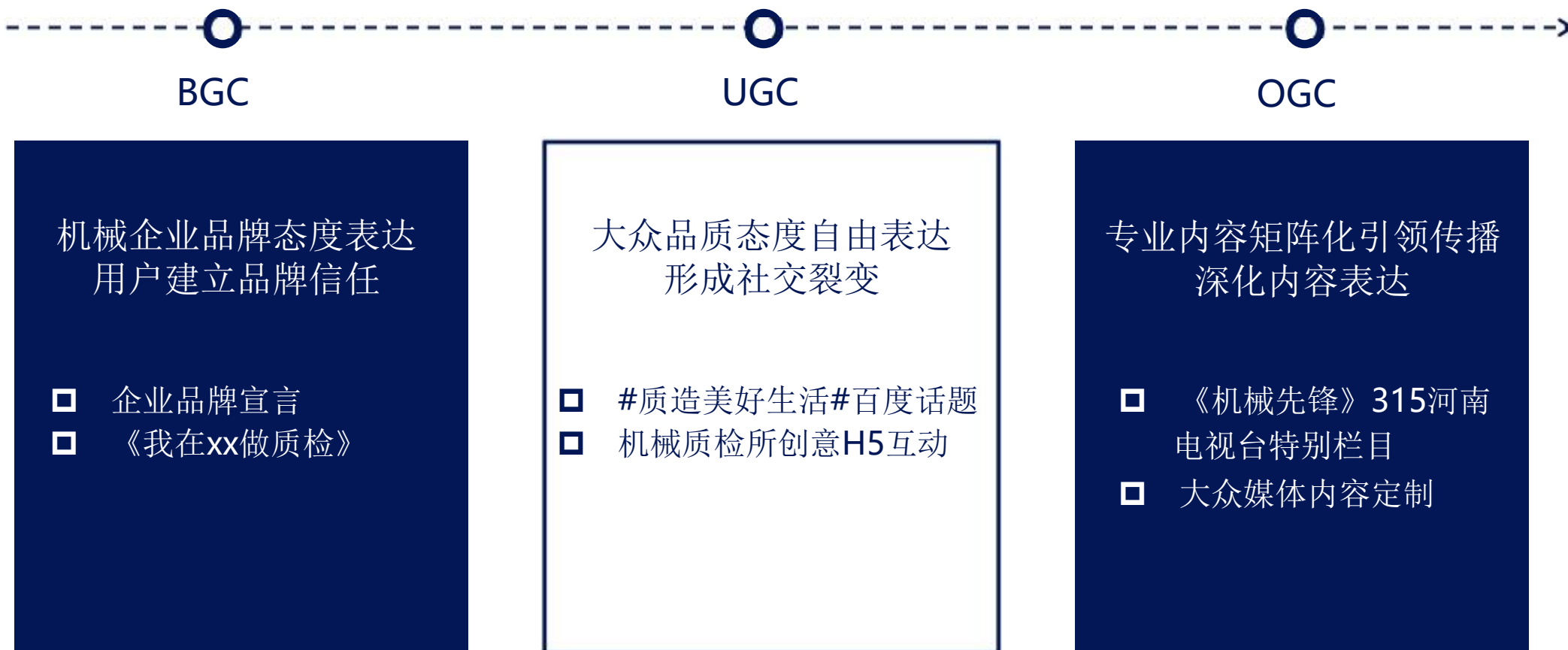
用一次反向借势 赢得一波口碑的提升.

基于315节点特质

调动多方背书，力证机械产品品质

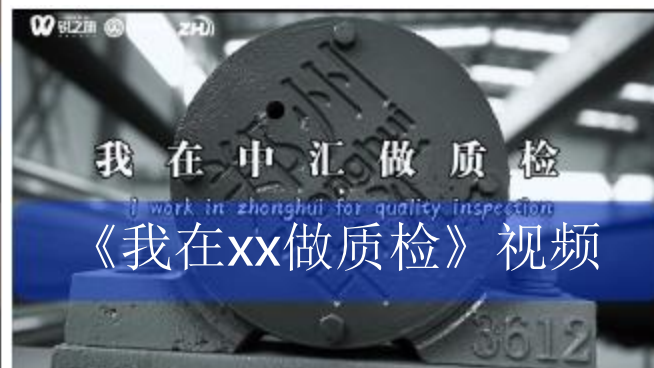
把别人的[危机公关日]，变成我们的[好口碑日].

多方阵营发力，参透315受众关注点，借势发力



——一个触点：品质 多个维度持续发声——

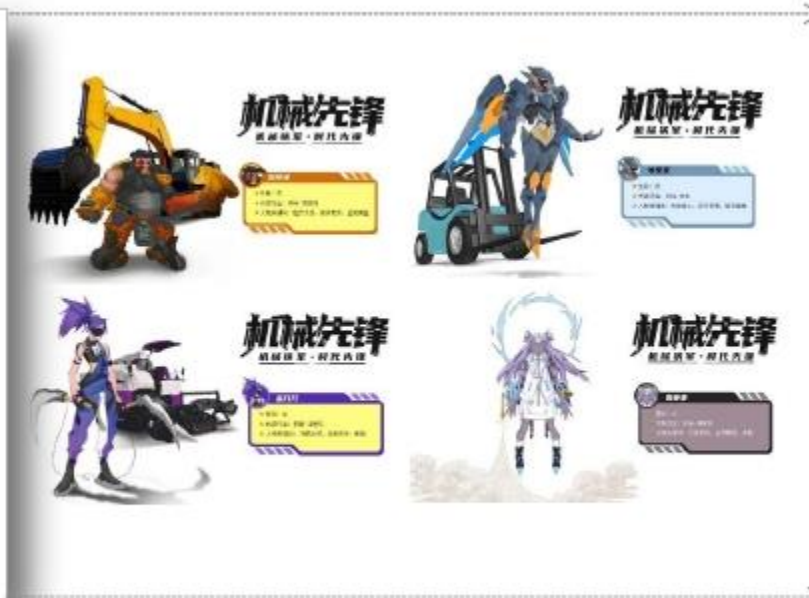
顺应受众关注点，立体化触达用户，多个打法强化受众印象



本次活动通过把握节日关注点，以有论证性的创意形式，为企业品质背书，提升品牌形象，主要传播形式包括海报、视频、趣味H5、电视台栏目等

——行业IP创新运用，自有IP赋予新的质检使命——

破冰 | 为行业品类打造二次元形象，让机械不再“冰冷”
同时，增加营销的延展性与生命力，赋能活动传播

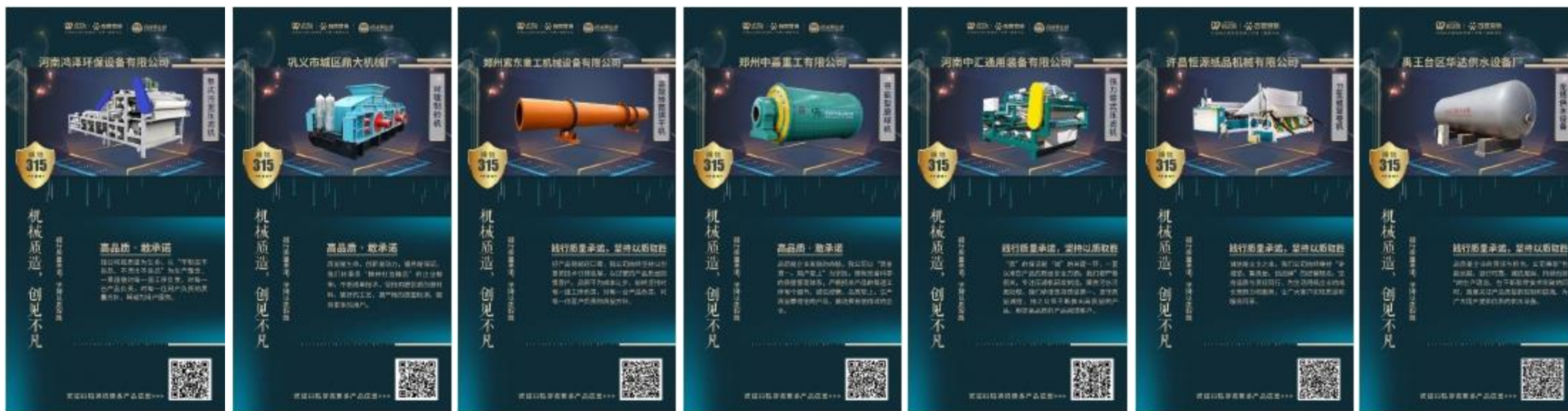


行业5大虚拟IP人物角色（手绘作品）选择——锤多多担任本次机械质检所的所长身份，也是本次活动主KV
锤多多挥动她手中的大锤，砸毁一切假冒伪劣的不合格产品，为机械行业品质把关

——机械质造，创见不凡 活动启幕——

抱团 | 品牌集体发声，以品质宣言构建用户对品牌的信任

先声夺人，创造声势



7家企业联合发布了企业品质宣言海报，由企业表达出自己的品牌态度，向消费者作出对产品质量的郑重承诺“践行质量承诺，坚持以质取胜”的官方态度表达，在消费者心里留下安全、值得信赖的良好品牌形象

——机械质检所 创意聚合 品质保证——

机械质检所H5

H5导流页



开玩 | 包装机械质检所的创意概念，定制创意互动H5，将客户的产品做结合
在线上以H5的形式，让大众以质检员的身份，感受到机械设备的品质。在趣味性的互动过程中，给受众留下好品质的印象

——《我在xx做质检》定制视频——



发声 | 以小见大，质造好货，质检保证

质检员是机械设备产品质量的把关人，通过质检员的日常工作内容，可以从另外一个角度去展示企业的产品品质。

为每个参与的企业定制一条产品质量视频，从质检员这一人物的角度出发，展示质检员工作日常，让质检员为企业产品品质代言，更加软性和人性化，从而让客户对企业的设备质量产生信任。

*所有相关视频均可在视频号@机械营销大咖 上观看

——《机械先锋，品质护航》企业海报——

发声 | 打造企业品质官，具体人物为企业品质保证，更具信赖感



企业品质官登陆河南电视台-睛彩中原频道通过《机械先锋》栏目，代表河南制造唱响企业自律宣言

——《机械先锋，品质护航》电视台栏目——

背书 | 由电视台栏目背书，扩大品牌影响力，树品牌形象提品牌高度



联合河南电视台精彩中原频道联合打造了机械行业首个独立专栏栏目《机械先锋》
针对此次活动推出“机械先锋—为品质护航”315特别节目，邀请机械设备企业相关负责人参与录制，代表企业达他们对质量的相关态度和看法
通过电视台的天然权威背书，展示了企业的担当和责任

——百度平台助力流量旺季，达成效果转化——



——主流媒体发声，站位活动高度——



撬动20多家媒体融合为内容发声，引领热度宣传新格局

BGC、OGC、UGC多方全面发声
共计实现5263w人次覆盖

