



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

幫助您在2019可大大發揮行銷自己的生意

資料來源：取材於大陸



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

母親節快到了

別忘了跟媽媽說聲母親節快樂！

一年一度的母親節，也是一年一度以“母親”的名義進行催淚宣傳的時間。對於各大品牌來說，情感營銷自然成為了這個節日裡永恆的主題。不過即使溫情的基調不變，一些品牌還是玩出了新意。讓我們一起回顧一下去年眾多的母親節營銷活動，會不會給你帶來一些靈感和創意呢？



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

寶潔：

**每一個奧運英雄的背後，
都有一位強大的母親**

在距離裡約奧運會100天倒計時的時
候，寶潔推出了一支以“感謝母親”
為主題的品牌全球宣傳片。因為正好
臨近母親節，這支廣告片
是寶潔的母親節營銷。





回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

寶潔：

不同於以往的廣告片，有讓母親使用寶潔產品的橋段，這次的短片沒有出現任何產品，可謂是一支真正的價值觀宣傳片。





回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

寶潔：

它講述了來自不同國家地區和不同種族的奧運選手和母親的故事，在經歷戰亂，車禍，電梯事故，飛機遇險等危急時刻，母親表現出了強大的堅韌和勇氣;在經歷訓練挫折的時候，母親又鼓勵他們重拾信心，走向賽場整個短片溫暖而震撼，它想要借助奧運選手的事蹟告訴你的是：每一個強大的孩子背後，都有一位強大的母親。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

捷藍航空：

飛機上孩子的1次哭聲 = 25%的折扣

在飛行途中，聽到小孩子不停哭鬧可謂是最讓人痛苦的事情之一。這種情況下，往往路人尷尬，孩子的母親也尷尬。不過在今年的母親節到來之前，美國捷藍航空打算用實際行動來拯救乘客們。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

捷藍航空：

飛機上孩子的1次哭聲 = 25%的折扣

捷藍航空聯合代理商MullenLowe，發起了一項名為FlyBabies（空中寶貝）的創意活動：他們選擇了一架從紐約飛往長灘島的航班，機上的孩子每哭鬧一次，機上乘客下次乘坐航班便可獲得25%的折扣。這意味著，只要孩子們的哭鬧次數滿4次，下次乘機就可以免費了。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

捷藍航空：

飛機上孩子的1次哭聲 = 25%的折扣

當時，空姐宣布這一決定後，乘客們簡直是“滿懷期待”地數著孩子爆發出的哭聲，當第4次哭聲響起後，獲得免單的乘客們不禁爆發出熱烈掌聲。





回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

捷藍航空：

飛機上孩子的1次哭聲 = 25%的折扣

雖然，捷藍航空的獎勵其實只是一次母親節的營銷活動，但它希望用這個創意告訴大家，人們在抱怨孩子哭鬧的同時，是不是應該對不容易的母親多點包容。這樣抓住社會痛點的營銷，也會提升公眾對這個品牌的好感。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

方太：

世界上最強大的智能是媽媽的愛

方太推出了一支頗具“未來感”的廣告片。片中的女主角和一個女聲對話自如，聊工作，聊感情，還聊食物。這個聲音知道她的一切喜好。乍一看，你一定認為是個“人工智能”機器人。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

方太：

世界上最強大的智能是媽媽的愛

不過看到最後，事情真相卻不是這樣：那個人工智能其實就是母親，她陪女兒聊天，精心為她做好每一餐，熟悉她的口味，在她工作繁忙，感情不順時給予安慰，用自己的餘生來陪伴她。整個短片中，母親並沒有出現一個鏡頭，但是通過最終一句“世上最強大的智能是媽媽的愛”來揭示整個主題。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

方太：

世界上最強大的智能是媽媽的愛

值得注意的是，方太的 6 款產品也巧妙地植入了廣告的場景中，包括油煙機，灶具，消毒櫃，蒸微一體機，烤箱和水槽洗碗機。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

PANDORA珠寶

母親節特別獻映：有些事就我們懂

小的時候，父母總是騙我們是“充話費送的”，“垃圾桶撿的”，但是只要仔細觀察，我們就能發現，其實從外表到內在，遺傳的影響力無處不在都說。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

PANDORA珠寶

母親節特別獻映：有些事就我們懂

“女兒是媽媽貼心的小棉襖”，珠寶品牌PANDORA發現了正因為母女之間有著**小小源於血緣的相似點，才產生了獨一無二的心有靈犀，比閨蜜和夫妻之間的默契更多一些感同身受。





回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

PANDORA珠寶

母親節特別獻映：有些事就我們懂

PANDORA通過一個視頻讓這種母女之間的默契得到最直接的反映 - “送媽媽一件相同首飾”，使PANDORA成為母女之間眾多相似點的一份子它是一種情感聯結，也是一種身份宣告，同款同心。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

PANDORA珠寶

母親節特別獻映：有些事就我們懂

另外在國外PANDORA還開展了一個名為“感謝媽媽”的試驗，他們邀請到了八對母女，讓女兒給媽媽寫一段話，這些話都來源於她們的生活。然後PANDORA會把女兒們寫好的話以不記名的方式掛在展館的牆壁上，媽媽們需要在沒有幫助的情況下，找到女兒寫給自己的話。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

PANDORA珠寶

母親節特別獻映：有些事就我們懂

如果媽媽找對了，就能在一塊小平板電腦上看到女兒之前錄好的視頻，女兒會在視頻中說到她們有多麼感激自己的母親。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

美國鮮花電商1-800-Flowers.com： 母親節推出測試版本

作為1995年就進入電子商務的領先平台，他們上線了GWYN（禮物何時需要）服務。借助IBM的人工智能係統Waston，用戶可以通過和GWYN對話進行下單，以替代手動輸入關鍵詞檢索。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

美國鮮花電商1-800-Flowers.com： 母親節推出測試版本

比如你可以說出要求：“我想訂一份生日禮物。” GWYN會回應：“是送男還是送女呢？年齡多大？” 和所有AI一樣，隨著交互體驗的積累，Waston機器人會不斷學**優化，為顧客提供更精準的選擇。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

美國鮮花電商1-800-Flowers.com： 母親節推出測試版本

該網站選擇在母親節期間推出這一服務的測試版本，九月正式全面上線。雖然具體的預算投入暫未公開，但負責人Jim McCann認為這是一筆“值當的投入”，母親節前後一周的收入佔總營業額25%。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

魚躍醫療

三行情書

魚躍醫療推出“三行情書”的活動，頁面不僅能看到來自全國各地網友，寫給自己媽媽的情書，還巧妙地讓用戶參與互動，自己寫下情書，將對媽媽的愛傳遞下去。既構建了消費場景，又為後面推出新產品埋下伏筆。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

魚躍醫療

三行情書

從消費者的情感需要出發，喚起和激起消費者的情感需求，誘導消費者心靈上的共鳴，寓情感於營銷之中，讓有情的營銷贏得無情的競爭。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

魚躍醫療

三行情書





回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

魚躍醫療

三行情書

魚躍醫療作為國內最大醫療器械集團企業之一，全國已擁有7大研發中心及5大生產基地，家用醫療器械第一品牌，但在母親節活動的這場“戰役”中，它並沒有強調自己的產品有多牛，技術多麼過硬，而且通過情感的一級級昇華引發消費者聯想自己父母年齡大了，應該多關注她們的身體健康。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

魚躍醫療

三行情書

這時候需要一台具有科技感的，高準確度的，關愛老年人三高的產品 - 血壓計是必要的，產品自然露出，非但不會讓用戶覺得反感，反而覺得有必要，巧妙地將品牌人性化了。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

阿里健康：

愛媽媽，趁歲月正好

以一個真實故事改編成的感人視頻中：寒冬，天還沒亮，一位老婦人起床做好早飯，自己沒顧上吃，就喘著粗氣出門了，前面鋪設了好多情節，後面老婦來到一個公交站，讓人以為她要去哪兒有什麼事情呢？



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

阿里健康：

愛媽媽，趁歲月正好

但過了幾秒，一位年輕的小伙子喊著：媽，你回去吧，然後站在媽媽的位置，這時鏡頭轉向公交站下長長的隊伍，我們才恍然大悟，原來該男子每天上班都要排長隊擠公交，來晚了會上不去車，所以這位老母親才會不論刮風下雨，每天天沒亮都會來替兒子排隊，為的是讓兒子多睡一會兒。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

阿里健康：

愛媽媽，趁歲月正好

這是阿里充分發揮其平台優勢，聯合眾多健康品牌做的一次聯動營銷。阿里健康送出12000份免費體檢，平台搭橋，企業參與，聯動營銷，進而共贏，可謂是母親節營銷案例一大亮點。

爱妈妈, 趁岁月正好

聚划算&阿里健康 送妈妈12000份免费体检



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

神州租車：

媽媽和女兒的聊天紀錄

神州租車以H5的方式，自動播放一位媽媽和女兒的日常聊天記錄，大體是女兒每天都很忙，媽媽每天對女兒噓寒問暖，H5中的對話有強調兩個場景也是我們經常遇到的，加班太晚要打車回家，跟同事出去玩要是喝酒了打車，角色設定是女孩，所以打車更需要注意安全，尤其是晚上或者喝酒後。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

神州租車：

媽媽和女兒的聊天紀錄

末尾很自然地帶出打車軟件神州租車，並附送優惠券。所謂兒行千里母擔憂，只要隔著屏幕知道你安好就好。這個案例，貴在真實。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

神州租車：

媽媽和女兒的聊天紀錄





回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

平安銀行：

歌詞串燒，喚起回憶

平安銀行也是視頻形式展示，新的一天開始了，畫面轉到平安銀行的大廳，辦理業務人員以及工作人員正在有條不紊地諮詢合作著，這時一位小朋友在角落裡拉起小提琴，歌曲是“世上只有媽媽好”



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

平安銀行：

歌詞串燒，喚起回憶

緊接著大廳裡的孩子參與演唱，之後大廳裡待辦業務人員也唱起了和媽媽有關的歌曲，有的是大人領著小孩一起唱，最後連工作人員也參與了，氛圍逐漸濃厚起來，引發無數圍觀，末尾大家集體致敬母親節，向媽媽獻上祝福。平安銀行自始至終作為事件的發生場地，植入在了視頻裡。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

星巴克

母親節活動：將營銷與產品關聯

下面是星巴克母親節活動文案：

對她來說，一百個朋友圈點讚，也比不上親自跟她說句“媽媽我愛你”。
曬她照片，不如今天帶著她去拍照片。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

星巴克

母親節活動：將營銷與產品關聯

1，來一次最特別的閨蜜下午茶：

習慣和朋友去喝下午茶的你，不如帶上最特別的閨蜜，來一場最高逼格的下午茶吧你看，和她一起跟女神玩自拍，也很有趣呢。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

星巴克

母親節活動：將營銷與產品關聯

2. 做一次別人家的“孩子”：

趁她還沒起床，趕緊輕手輕腳地把昨晚包好的禮物放在她的枕邊你的貼心，她和她的廣場舞姐妹們一定感受得到

^^



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

星巴克

母親節活動：將營銷與產品關聯

3，一起聊聊心事：

聽她講年輕時候的故事，分享你的小秘密，一起找回粉紅色少女心。

4，親手寫一封信給她：

告訴她，你有多愛她。



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

星巴克

母親節活動：將營銷與產品關聯

這個文案用溫婉的語言提出的四個建議讓讀者欣然接受，而每個建議都圖文並茂，巧妙地與星巴克產品鏈接起來，“高逼格的下午茶”不妨來星巴克，“禮物”首選星巴克杯“聽她講年輕時候的故事”和星巴克充滿了“粉紅色少女心”的馬卡龍更配，



回顧：12個走心的 母親節創意營銷案例

星巴克

母親節活動：將營銷與產品關聯

“你有多愛她”就在信中附上一張星巴克星享卡.....節日營銷，企業要學會將營銷與產品關聯，這樣活動才有根，才能產生正確連接。

資料來源：取材於大陸