

LEGO

LEGO 選用域動新式創意廣告，打造品牌新形象

大部分人對於 LEGO 樂高的印象，可能是小時候的開心回憶、極具創意的玩具，不論是何者，LEGO 總能將大家情感化為一個七彩的彩蛋，帶來新的視覺饗宴。但如何面對眾多競爭對手以及突破大眾對於玩具的刻板印象？為了帶給大眾更多創意感、新鮮感，LEGO 聯合域動替樂高品牌打造新一波創意熱潮。

【新式創意廣告達成雙贏】

一般對於網路廣告的印象大多停留在版位與版位間，各種 Banner 穿插於文章中，或多或少影響消費者閱讀，因此域動行銷專業團隊研發出創意廣告形式『漂浮多商品』，讓廣告展示於頁面下方，可直接點選漂浮出來的產品，並且同時將 3-4 種商品旋轉或跳出來吸引受眾注目與點擊，是一種特殊且突破視覺的創意廣告！

【受眾及類別選擇，需要廣且精】

除了創意的廣告形式、素材外，另一項最重要的行銷策略便是設定「精準受眾」，運用域動自有【HOLMES DATA 福爾摩斯數據管理平台】(DMP) 精準分析，多元數據的串接，分析各受眾的關係，並提出一套完整的[目標族群]行銷方案，讓精準化投放更上一層樓。

互動式創意版位較易吸引消費者目光，將品牌曝光極大化，當消費者與廣告間的互動增多，自然能將品牌及商品有效推播給 TA (Target Audience)，LEGO 透過域動創意廣告形式及 360 度整合行銷方案，除創造曝光數高達 600 多萬，並讓互動率達標 320% 的高成效表現。



**新式創意廣告
品牌曝光極大化**

1 曝光數高達 600 多萬

2 互動率高達 320 倍