

社交关系链开启乐事QQ空间霸屏营销

- ◆ 广告主：乐事
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2017.07.08-07.14
- ◆ 参选类别：创意类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/w0536f3hl75.html>

或者
扫一扫看视频





推广背景

新
代言人

新
品牌主张

新
TVC

乐事薯片联动杨洋和PacMan(吃豆人)这一经典游戏，创新地将薯片与游戏IP绑定，打造“有事没事整点乐事”的品牌新主张

推广目标

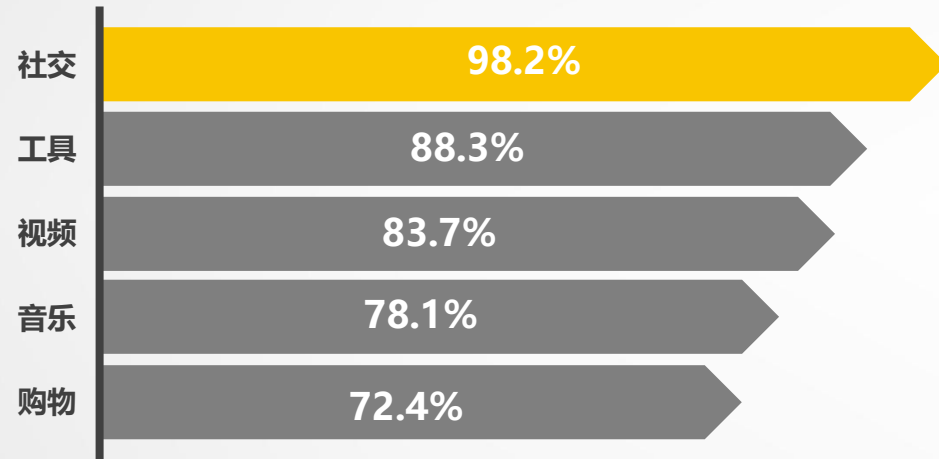
**触达
年轻人群**

**传播
品牌新主张**

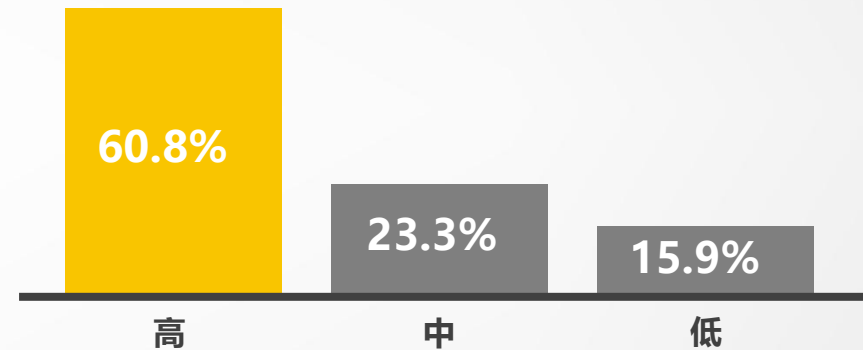
**提升
品牌声量**

TA洞察

90后日常使用的移动类应用



90后的移动社交活跃度



洞
察

年轻人独而不孤，热衷网络社交

数据显示，超过98%的90后日常使用社交类应用，其中61%更是高度活跃的社交用户。新生代在孤独中成长，他们更加依赖移动互联网拓展社交渠道，社交成为新生代一切互联网行为的溯源。

平台策略

选择**90后聚集的社交平台 — Qzone**

激活Qzone 11年用户积累和数据沉淀的力量，挖掘每个人的生命中最重要的人和时刻
让#此刻是金#激荡出每个人的共鸣，引爆社交爆点

Qzone-中国最大的SNS社区



6.54
亿活跃用户

用户11年多维度数据沉淀
说说、空间相册、用户社交链

Qzone用户画像



年轻用户为主

18-35岁用户达3.8亿
占Qzone总用户量的60%



移动端为主

6.40亿
Qzone手机版用户总数

QQ空间TA洞察



- 月活跃用户：**6.32亿**
90,95后占比超 **60%**



- 一二三线城市占比 **73%**，
北上广深、省会、地级市，
全民覆盖用户



- 有 **50%** 新生代
更爱带图说话



- 因共同明星、话题聚
拢，**30%** 新生代加
入Qzone明星粉丝群



- 有 **55%** 加入兴趣社群

营销策略

借势杨洋入驻QQ空间的明星营销契机，深度绑定QQ社交关系链
打造年轻人最爱的逗比图片的个性化闪屏玩法

明星效应

X

社交关系链

X

图片整蛊

结合社交关系链，让乐事更有趣

充满趣味的图片模板+QQ空间DIY闪屏+好友关系链趣味玩法，激发用户的自主传播热情，让乐事更加轻松地融入到QQ空间的年轻人圈子当中



用户A

用户B

五大图片模板，让品牌体验更丰富

其中，杨洋模板使用率最高，超过半数的用户选择使用杨洋模板



精准触达杨洋粉丝，为活动强势导流

QQ兴趣部落中杨洋粉丝部落话题炒作，吸引1800万+粉丝关注



精准触达杨洋粉丝，为活动强势导流

结合2017QQ空间代言人杨洋入驻信息发布，在微博上引发粉丝激烈互动，双方品牌在同一时期对外宣传合作活动，强化粉丝好感度



为期仅一周的推广活动，便为品牌实现**裂变式的社交传播效果**



活动页面参与人次
780万+



相片上传量
470万+



20%
活动分享率