

沙宣玩转音乐APP付费音乐粉丝营销

- ◆ 广告主：宝洁沙宣
- ◆ 所属行业：日化
- ◆ 执行时间：2017.02
- ◆ 参选类别：互动体验类

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/o03964yvvc6.html?start=1>

或者
扫一扫看视频



沙宣作为引领全球时尚的殿堂级美发品牌，正式宣布韩国当红明星权志龙（G- Dragon）成为首位沙宣品牌代言人，围绕权志龙而展开的“型为不专”主题推广战役也正式展开。

如何围绕权志龙进行粉丝营销，是沙宣传播战役要解决的关键。

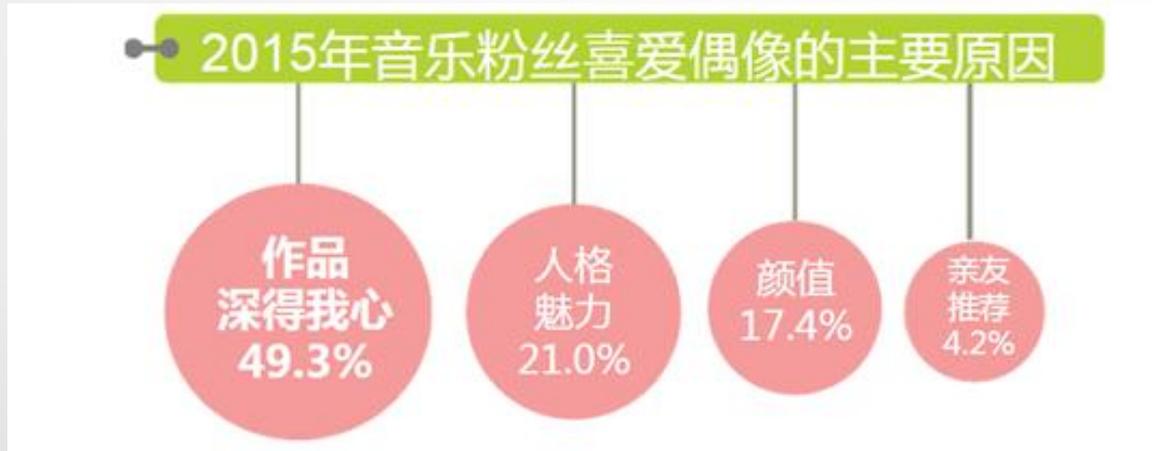


洞察

娱乐化时代，品牌在挖掘歌手的粉丝营销价值时，渐渐从歌手的专业——“歌”本身，转移向综艺、影视等歌手的娱乐化衍生。但对于歌手的粉丝而言，**作品始终是大多数粉丝喜欢偶像的主要原因**

▶ 作品是粉丝喜爱偶像的最主要原因

▶ 对于作品的首播，更是有超过90%的粉丝会提前关注并第一时间支持



洞察

这推动了付费数字音乐市场的发展，三分之一的用户购买过数字专辑。**付费数字音乐正在酝酿着巨大的粉丝营销价值。**

中国数字音乐付费用户
购买过的音乐服务

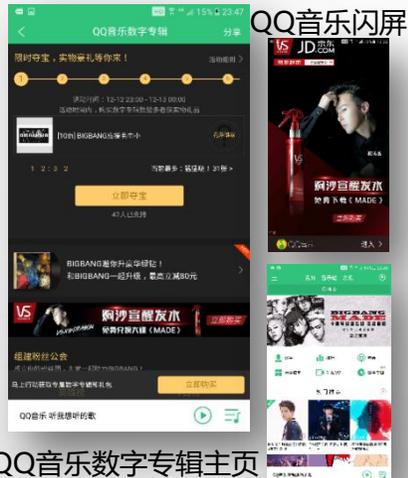


策略

抢占移动端粉丝聚集地-QQ音乐APP联合发布GD新专辑，
在对的场景中深度互动、覆盖用户路径，
转化权志龙粉丝营销价值，提升沙宣品牌力。

找歌

占据找歌必经入口



QQ音乐数字专辑主页
首次商业化
音乐馆首焦

买歌

提供最贴心福利



买GD代言产品
送《MADE》兑换码

听歌

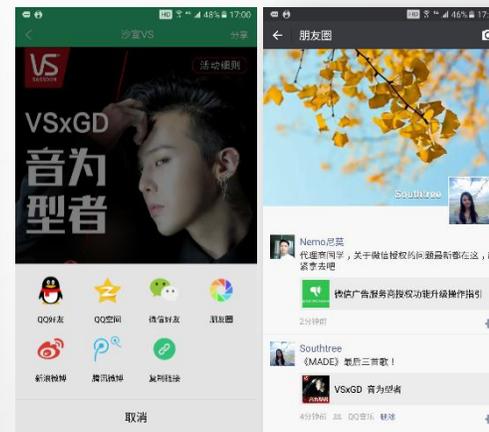
定制偶像专属听歌界面



《MADE》歌曲播放界面
GD翻转广告

分享歌

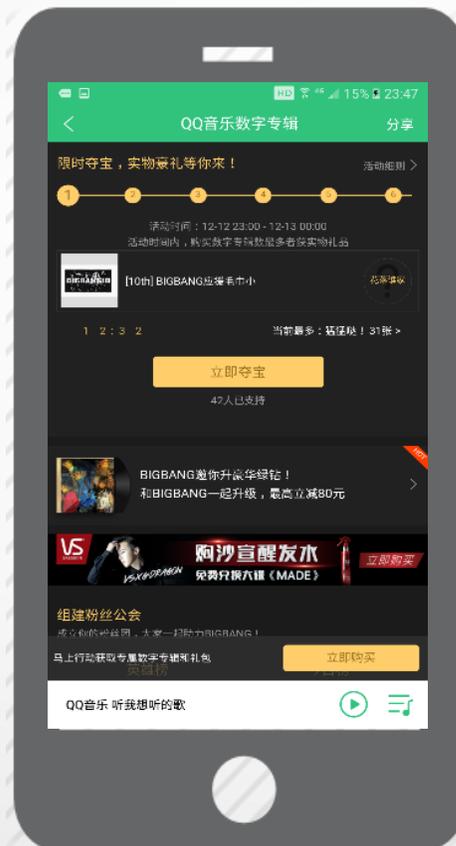
借助关系链扩散福利



社交媒体传播 “型者为音”

执行 找歌：占据移动端找歌必经入口

垄断所有QQ音乐的核心粉丝入口，尤其在权志龙粉丝最核心聚集地——数字专辑主页，首次实现粉丝营销商业化。



执行

买歌：提供最贴心福利

买歌时，为粉丝提供最贴心福利，让粉丝有机会买到权志龙代言的产品，同时获取免费收听数字专辑的兑换码。



执行

听歌：定制偶像专属听歌界面

定制移动端偶像专属听歌界面，满足粉丝心思



执行

分享歌：借助关系链扩散福利

借助社交关系链扩散，
让沙宣影响更多粉丝。



效果

数据来源：秒针监测

1. 互动转化率15%，**是行业平均值的7.5倍**
2. 翻转广告点击率是预期的**228.43%**