

# 澳门美高梅重燃心动时刻情人节推广

- ◆ 广告主：美高梅
- ◆ 所属行业：度假娱乐
- ◆ 执行时间：2017.02.01-02.20
- ◆ 参选类别：创意类

- 品牌营销的背景与挑战：美高梅是澳门知名的度假娱乐酒店，大陆游客是主要客源。但是，他们的人群面临年龄偏大的问题。
- 我们的目标：帮助MGM美高梅消费群体的焕新，活跃双微的粉丝，吸引粉丝的增加，增强品牌在年轻族群中的影响。

- 目标人群的洞察：他们因为生活中的习惯性，慢慢地磨灭了对爱的感觉，不再容易心动。
- 核心策略：让璀璨时刻发生，用爱点燃人对真实关系的渴望。
- 案例亮点：抓取了一个打动人心的精准洞察，以“情感”作为载体，通过H5作为核心活动平台，直击消费者心灵。

## 创意实施Step1：引导视频

活动引导视频从感性层面渲染用户情绪，为H5打好“感情基础”。  
以微博&微信为主、其他社媒及媒体平台为辅传播H5。



微博

微信



一直播

秒拍

搜狐

网易



携程



驴妈妈旅游网



凤凰网



21CN



第一旅讯



中国旅游信息网



环球旅游网



南方旅游网



邁點網

## 创意实施Step2：H5互动

**通过H5承载活动核心概念，运用整合性社媒传播建立美高梅在相对年轻族群里的影响力。**

H5由首页、引导场景、测试心动指数、360场景和抽奖共5个部分组成。

用户可以在测试结果页面自由选择重新测试、观看360场景和抽奖。

H5演示在线视频：<https://v.qq.com/x/page/d03753ae3yf.html>



## 创意实施Step2：H5互动

### 一、感性驱动，触发用户思考

H5承接活动引导视频的场景作为游戏的感性驱动。

运用熟悉的场景引发用户共鸣。



## 创意实施Step2：H5互动

### 二、游戏互动，呼应活动主题

通过亲吻TA测试心动指数，呼吁用户到美高梅延续爱或重燃爱。

360场景展示，让用户在在线也能“体验”美高梅。



## 创意实施Step2：H5互动

### 三、利益驱动，吸引到店消费

通过抽奖建立利益驱动。

利用免费住房和餐饮优惠等奖品为酒店引流。





## 创意实施Step3：社媒传播

以微博、微信为主要社媒传播平台，同时整合直播、视频、咨询、旅游等平台，多方位曝光。



## 创意实施Step4：KOL传播

以旅游达人和旅游类KOL为主要传播方向，结合时尚和生活类KOL扩大受众面。



達人J



菜尾蝗 - 旅行攝影



Sugar的漫遊時光



時尚旅遊胡茜



暴走姊妹花



一起去旅行

旅遊達人&旅遊類KOL



玩美miss蜜



FashionBiqCast



生活娛樂志



生活茂

娛樂及生活類KOL

## 推广效果：

- #如果心动，每一天都是情人节# 微博话题榜上榜排名第六，上榜超4小时，阅读量：3072.9W，讨论量：4W。
- 微信公众号总阅读量334285次。点赞数2205个。
- 视频播放次数近10万。