

小牛在线品牌微剧 《拜托了大鹏》

- ◆ 广告主：小牛在线
- ◆ 所属行业：互联网金融
- ◆ 执行时间：2016.09.05-10.16
- ◆ 参选类别：短视频营销类

小牛在线

小牛在线品牌微剧

拜托了大鹏



案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里面观看视频

http://v.youku.com/v_show/id_XMjkzODExODI0MA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

或者扫一扫看视频



目录

01 背景&目标

02 洞察&策略

03 媒介&执行

04 效果&反馈

背景&目标

- **传播背景：**

1. 小牛在线联合当红演员推出《拜托了大鹏》微电影
2. 配合微电影，开展“大鹏送8888元福利”活动，告知用户活动信息并吸引注册投资

- **传播目标：**

通过微电影向目标受众最大化告知小牛在线品牌信息，为注册活动页面引流，达到用户与品牌双提升

- **传播策略：**

以创意内容吸引用户好奇心，从网络引爆话题引发关注，并利用视频媒体、社会化平台促动目标群体，转化成对品牌的喜爱 并引流到注册投资。

洞察 & 策略

- **目前面临的挑战和困境：**

纵观P2P行业，虽然处于发展的黄金期，但行业隐患多、风险高，安全是整个行业面临的挑战。与此同时，行业间竞争激烈，产品、广告同质化严重，品牌要脱颖而出需要消费者形成深刻的品牌记忆，所以我们需要解决的需求有如下2点：

1. 消除用户的安全担忧，打造可依赖的品牌形象
2. 在广告同质化的行业竞争中脱颖而出，形成深刻的品牌记忆。

- **通过对目标人群的洞察：**

看剧成为中国年轻人首选的娱乐方式，轻松搞笑的微剧更是受年轻人喜好。

这个洞察让我们这次营销传播取的很好的推广，品牌知名度随着微剧的曝光得到了快速提升。

- **整个案例的核心策略：**

以创意内容引起用户好奇心，从网络引爆话题、引发关注，并利用视频媒体、社会化平台触动目标群体，提升消费者对品牌的喜爱度，并转化为注册投资。

- **案例的最大亮点：**

在碎片化的传播时代，强势IP必定拥有更多关注度，轻松搞笑的微剧更是年轻人的喜爱，因此我们为小牛在线联合当红演员大鹏（董成鹏）推出《拜托了大鹏》微剧。本案例的最大亮点分别是：1，目标群体的精准性、2，微剧内容的创意性。

媒介&执行



《拜托了大鹏》微电影推广方案整体传播策略回顾

#拜托了大鹏#

Social传播

自有渠道传播

公关总结

视频传播

微博

微信

官方社媒 官网 APP

论坛、问答、新闻稿等

搜狐为主，优酷为辅

打造#拜托了大鹏#话题
向大鹏许愿互动活动

微博事件回顾
数植入粉丝互动活动

小牛在线强势参与传播
实现与话题的强关联

围绕本轮传播进行软文、
效果和评论的传播

多渠道辅助传播
多形式广告创意

以话题扩大覆盖
以互动产生UGC

提升二次传播
流量转化，获取客户

流量承载
紧扣话题，强势关联

品牌形象提升

广泛覆盖
深度影响

效果&反馈

总覆盖人次近
14.4亿

视频播放量高达
3874万+

社会化媒体总阅读量高达
67万+

全面超额达标

总体概况

备注：数据统计至10月1日

注：含微博，微信，论坛等平台

项目整体执行效果

媒体资源整合合理，充分结合媒体特征、传播潜力，形成优势互补。

整体投放效果**整体投放效果均优于KPI标准。**

类别	预估总曝光量	实际总曝光量	预估总点击量	实际总点击量
搜狐推广	1,320,946,000	1,334,841,666	5,576,860	6,490,428
优土推广	1,851,852	5,498,875	52,910	462,247
类别	——	——	预估总播放量	实际总播放量
搜狐视频	——	——	8,000,000	8,115,598
源发视频	——	——	20,000,000	30,620,000
自有渠道APP端	——	——	——	15,111
汇总	——	——	28,000,000	38,750,709
类别	转发	评论	点赞	总互动量
微博KOL	16,250	8,943	7,816	33,009
类别	阅读	点赞	——	总互动量
微信KOL	682,695	2,406	——	685,101

01

搜狐视频推广数据

搜狐视频推广执行效果概况

拜托了大鹏 小牛在线荣誉出品

总播放量 **812万** 

单集播放量均达 **200万**

第 1 集

大鹏亲授“调教”娇妻之道



第1集播放量
2,029,430

第 2 集

大鹏妈妈“体罚”黑社会



第2集播放量
2,038,681

第 3 集

尴尬！老婆勾搭隔壁老王



第3集播放量
2,018,562

第 4 集

揭秘加班狗生存现状



第4集播放量
2,028,925

搜狐视频推广执行效果

投放媒体	投放时间	预估曝光量	实际曝光量	预估点击量	实际点击量	预估播放量	实际播放量
搜狐视频	(第一周) 9月5日 - 9月11日	276,447,613	279,942,182	1,125,402	1,262,205	212,742	1,311,320
	(第二周) 9月12日 - 9月18日	386,174,613	389,427,398	1,754,056	1,913,319	826,014	1,814,510
	(第三周) 9月19日 - 9月25日	319,617,613	324,664,820	1,339,028	1,954,630	1,311,000	1,811,309
	(第四周) 9月26日 - 10月02日	338,706,161	340,807,266	1,358,374	1,360,274	1,276,286	2,028,925
汇总		1,320,946,000	1,334,841,666	5,576,860	6,490,427	8,000,000	8,115,598

搜狐视频推广执行效果

资源点位	预估量 (PV)	预估点击 (Click)	完成量 (Pv)	点击数 (Click)	曝光 完成率	点击 完成率
多点击互动贴片	18,000,000	72,000	18,201,040	70,744	101.1%	98.3%
easybuy	5,486,000	54,860	5,592,498	56,560	101.9%	103.1%
综艺频道焦点图	282,560,000	2,000,000	284,499,152	2,216,447	100.7%	110.8%
电视剧频道焦点图	514,400,000	3,000,000	518,924,679	3,080,975	100.9%	102.7%
核心剧场图文混	219,000,000	300,000	226,665,043	918,225	103.5%	306.1%
底部通栏	281,500,000	150,000	280,959,254	147,477	99.8%	98.3%
合计	1,320,946,000	5,576,860	1,334,841,666	6,490,428	101.1%	116.4%

总完成量 PV

13.3亿

1,334,841,666

总点击量 CLICK

649万

6,490,428

02

优土视频推广数据及分析

优士视频执行效果

投放媒体	日期	youku数据					youku完成率		
		预估CPV	0秒曝光量	30秒曝光量	全程点击数	溢出	观看30秒计费率	30秒曝光完成率	全程点击率
优士视频	(第一周) 9月5日 - 9月11日	555,555	1,719,197	592,126	149,725	36,571	34%	107%	8.71%
	(第二周) 9月12日 - 9月18日	555,555	1,597,076	575,662	140,409	20,107	36%	104%	8.79%
	(第三周) 9月19日 - 9月25日	432,103	1,333,908	455,007	103,151	22,904	34%	105%	7.73%
	(第四周) 9月26日 - 10月02日	308,639	848,694	313,699	68,962	5,060	37.0%	101.6%	8.13%
汇总		1,851,852	5,498,875	1,936,494	462,247	84,642	35%	105%	8.41%

优土视频执行效果数据分析

广告总点击
46.2万次

欣赏广告点击
2.15万次

广告点击率
8.41%

03

源发视频推广数据

源发视频执行效果

投放媒体	日期	播放平台	预估播放量	实际播放量	播放完成率
源发视频	(第一周) 9月5日 - 9月11日	优酷、腾讯、爱奇艺、乐视、pptv、土豆、56、acfun、bilibili、风行、响巢看看、第一视频、今日头条、美拍、秒拍、内涵段子、百度视频	5,000,000	5,590,000	112%
	(第二周) 9月12日 - 9月18日	优酷、腾讯、爱奇艺、乐视、pptv、土豆、56、acfun、bilibili、风行、响巢看看、第一视频、今日头条、美拍、秒拍、新浪、小度互娱	5,000,000	11,829,100	237%
	(第三周) 9月19日 - 9月25日	优酷、腾讯、爱奇艺、搜狐、乐视、pptv、土豆、56、acfun、bilibili、风行、响巢看看、第一视频、今日头条、美拍、秒拍、内涵段子、新浪、百度视频	5,000,000	6,293,100	126%
	(第四周) 9月26日 - 10月02日	56、爱奇艺、优酷、乐视、腾讯、网易新闻客户端、北京时间、pptv、360影视、百度视频、第一视频、土豆、A站、B站、美拍、秒拍	5,000,000	6,550,000	131%
汇总	-	-	20,000,000	30,262,200	151%

传播亮点

传播亮点

巧用明星制造话题

巧妙利用大鹏明星效应，结合9月份社会热点，将“拜托了大鹏”推到话题热点，及时回应衔接热议话题

精准细分渠道

契合品牌调性和代言人成长经历，选择中高端人士为主的“搜狐”视频进行主推阵营，有效地将品牌信息传递给用户

全方位多角度推广

选择有效的kol带出话题，利用多个视频平台宣传微电影，全程配合kol、论坛等多维度推进，更全面达到品牌诉求

制造话题热点，实现短平快传播

以视频媒体为主，全网覆盖目标人群，大大加强视频和品牌曝光，

使得此次营销成为**互联网金融利用IP营销的优质案例**