

腾讯校园先锋社玩转#应用宝游戏福利祭#

- ◆ 广告主：腾讯
- ◆ 所属行业：互联网
- ◆ 执行时间：2017.07.25-08.25
- ◆ 参选类别：内容营销类

- **品牌营销的背景和初衷是什么？**
- 自2015年以来，国内手游市场增速持续提高，先后超越美国和日本，成为全球第一大市场，与此同时，腾讯网易两大巨头已占据一半市场份额，如何提高腾讯旗下游戏的品牌知名度以及市场占有率成为当下广告主的核心诉求。
- **最终想要实现怎样的目标？**
- 提升@腾讯先锋社 的影响力，并导流至腾讯旗下各类游戏提升下载率。
- **目前面临的挑战和困境是什么？**
- 与竞品同质化严重，目标受众对IP无感。

- **通过对目标人群的洞察有怎样的发现？**
- 移动游戏用户年龄跨越各个年龄层段。经典游戏是用户最喜爱的素材，并且，游戏中的社交因素和游戏口碑传播对用户获取游戏信息起到至关重要的作用。
- **策略**
- 深度解析不同题材游戏槽点以及主打的核心诉求点，如武侠题材的游戏主打热血，电玩街机题材的游戏主打怀旧等。
- 由此针对四期不同游戏主题传播，以**创意漫画、GIF形式**等social玩法，进行持续扩散，引流到应用宝专题页。联动微博大号、微信大号的影响力引爆传播。

传播主题

应用宝游戏福利祭

不同游戏有不同的模样

应用宝游戏福利祭 - 失败玩家角度



应用宝游戏福利祭 - 赢者角度



应用宝游戏福利祭 - 真人cos



应用宝游戏福利祭 - 武侠系列游戏画报

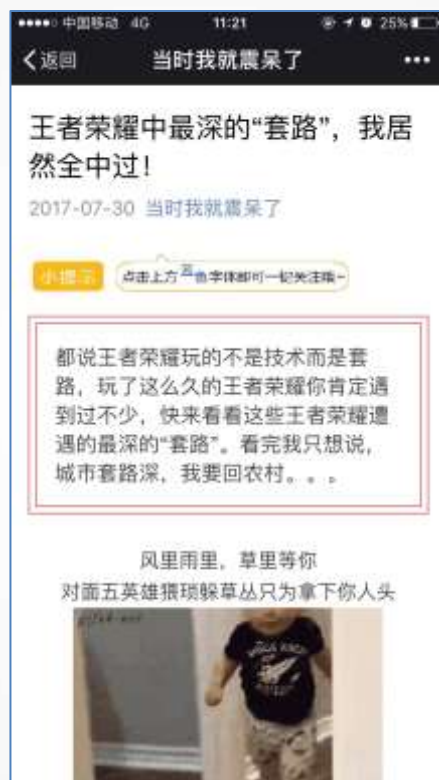


外围对整个游戏祭内容传播扩散，导流到应用宝游戏专题页，其中第四期童年宝物

外围号投放阅读量突破 **10W+**

整个项目微信外围累计阅读量：**25W+**

互动量：**2392**



微博侧：话题#应用宝游戏福利祭#阅读量 **4400万+**（KPI完成量近 **150%**），互动讨论量 **8.3万**（KPI完成量 **830%**）。

微信侧：发布原创文章7篇，合计阅读**3W+**，KPI完成量 **122%**。