

不满足于知道，试试搜狗

- ◆ 广告主：搜狗搜索
- ◆ 所属行业：互联网
- ◆ 执行时间：2016.11.21-2016.12.09
- ◆ 参选类别：内容营销类

视频案例

http://v.youku.com/v_show/id_XMzA0NjMzMjAzMg==.html?refer=pc-sns-1

微信扫一扫 观看视频



传播任务

传播背景

2016年底，搜狗搜索产品功能已基本完善，在产品支持+市场份额提升。

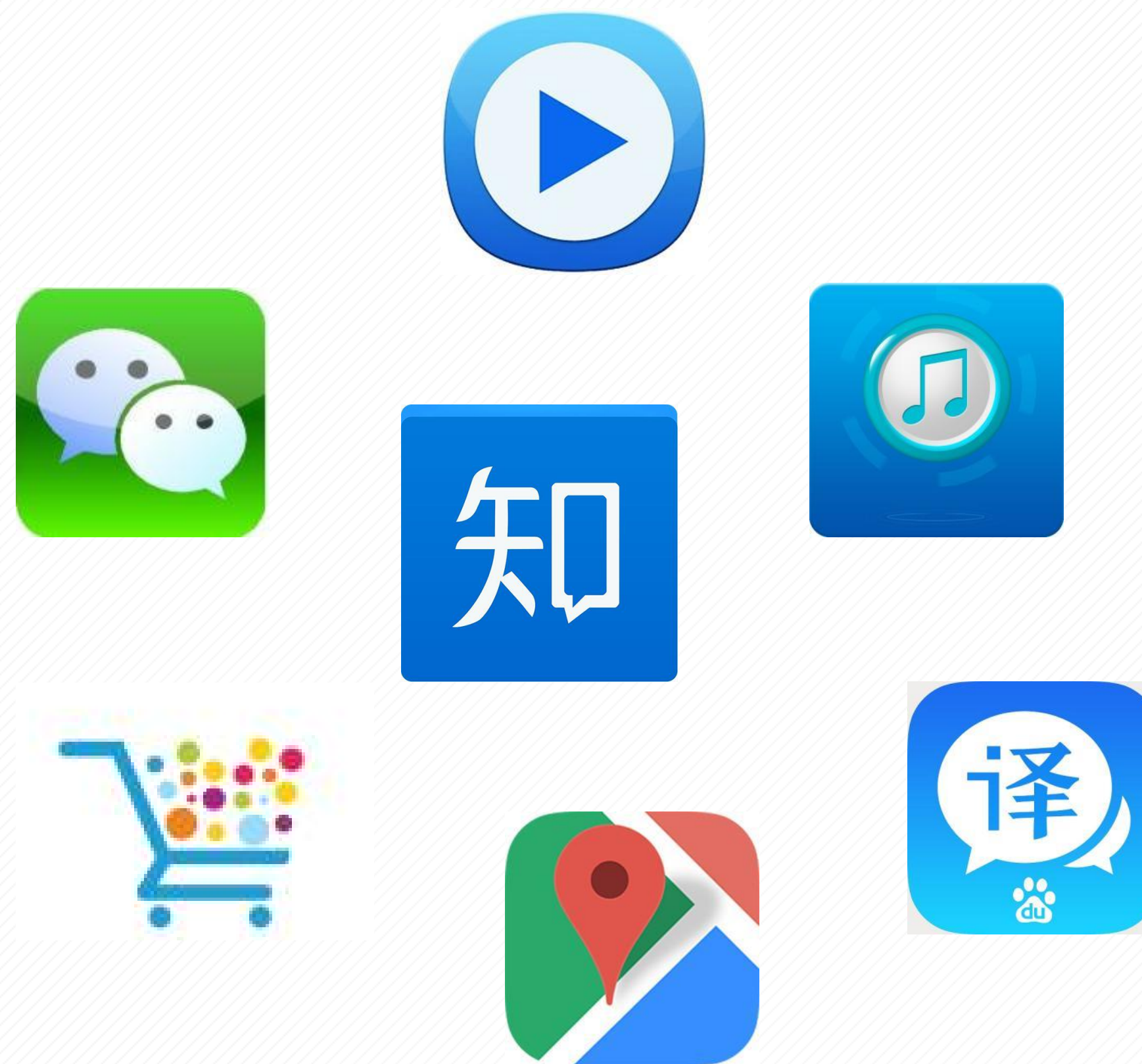
传播目标

传播搜狗品牌，带动产品使用。



传播挑战

- 多数人知道搜狗产品，却不了解搜狗还有搜索、微信、知乎、图片等诸多功能。
- 增加用户对产品使用场景的认知。



传播策略

立体传播：线上线下传播同一 message

问答形式强互动，激发UGC

品牌联合提升知名度，制造话题声量



传递message
“不满足于知道，
试试搜狗”

核心机制

搜狗 role

帮用户解答问题，以提问的social形式，搜狗帮你找答案

核心机制

线上

用户提问，搜狗帮用户@品牌/KOL，找到问题答案

线下

场景化广告，根据出现场景推送问题，扫码跳转搜狗找答案

传播时间线

START

11.21
搜狗官博发布活动规则

11.21-11.28
微博大号持续参与互动

11.25
UGC@品牌参与互动

11.29-12.05
微博+微信KOL推广搜狗广告

12.02
官微发布海报合集+抽奖

微博知名大号参与互动
11.21

普通UGC参与互动
11.21-11.28

官微+KOL发布UGC合集
11.26

品牌直发活动联合海报
11.29

KOL发布Campaign案例分析
12.02

阶段亮点1-官方发布+KOL引爆+品牌联合

官方互动，帮你@官微/KOL



搜狗搜索 V
11月21日 15:45 来自 搜狗高速浏览器

置顶 可能你已经发现在公交站、地铁，写字楼或者机场出现了一系列“不满足于知道，试试搜狗”的广告。在这里向想了解世界更多的、不满足于知道的好奇宝宝们发起挑战。来向是搜狗搜索提问，和我们一起去探索答案，你的提问还会收录到《不满足于知道》一书。还有iPad等礼物等着你。戳下图↓↓↓#试试搜狗#



选择困难星人如何择业 搜狗搜索
不满足于知道，试试搜狗！
在这个资讯爆炸时代，我们面临的知识爆炸问题，让用户通过搜狗的旅程去获取自己想要的知识，同时让搜索结果更加个性化、多元化，增加精准、有价值、有观点的信息量。戳图

☆ 收藏 | 3130 | 56 | 39

找对KOL，全网扩散



谷大白话 金
2016-11-22 来自 谷大白腿的iPhone 7 Plus

spurt “喷射” goo “粘稠液体” Mc是姓氏前缀 (son of) 这里是给撸管小伙起外号，类似“金喷社/鲁白江/谢年夜” #试试搜狗#活动还在继续，有问题去@搜狗搜索 英文频道寻求答案吧~//@林家震：#试试搜狗# 在黑镜303，波隆说服男主抢银行时提到Spurty McGoo这个词，在网上查不到具体释义，求解

@搜狗搜索：可能你已经发现在公交站、地铁，写字楼或者机场出现了一系列“不满足于知道，试试搜狗”的广告。在这里向想了解世界更多的、不满足于知道的好奇宝宝们发起挑战。来向是搜狗搜索提问，和我们一起去探索答案，你的提问还会收录到《不满足于知道》一书。还有iPad等礼物等着你。戳下图↓↓↓#试试搜狗#



选择困难星人如何择业 搜狗搜索
不满足于知道，试试搜狗！ 长图

品牌合作，更高声量



搜狗搜索 V
12月2日 19:37 来自 搜狗高速浏览器

小伙伴们，有没有堵在周五回家的路上呀😞，真的堵车呢也不用烦恼，搜狗搜索问题大放送来啦，戳戳看有没有你想问的呀？话说集齐七张可以召唤神龙，我们集齐了9张可以召唤出什么神奇动物呢？😺😸



搜狗搜索 X 非鱼猫子

阶段亮点1- KOL传播策略

不仅完成了趣味性的全网传播，还传递了产品功能

专业向传播



选择专业的KOL
传播搜狗搜索的海外搜索和购物搜索

趣味向传播



趣味内容吸引参与，吸引关注

UGC传播




整理网友合集再传播

阶段亮点1- KOL传播效果展示



选取专业向的KOL “谷大白话”，内容优质，与粉丝互动性强

 谷大白话 
2016-11-21 来自 微博weibo.com

@搜狗搜索 邀请我参加了一个提问活动，玩法很简单：我在这儿等着大家所有关于英文的提问，带上#试试搜狗# 艾特我，我会挑选提问回答（其他没被翻到的朋友可以试试搜狗英文搜索，能查到比较有质量的国外信息），其它好玩的问题推荐收录到这本《不满足于知道》里。这本书可是有英语角的！




@搜狗搜索: 可能你已经发现在公交站、地铁，写字楼或者机场出现了一系列“不满足于知道，试试搜狗”的广告。在这里向想了解世界更多的、不满足于知道的好奇宝宝们发起挑战。来向是搜狗搜索提问，和我们一起去探索答案，你的提问还会收录到《不满足于知道》一书。还有iPad等礼物等着你。戳下图↓↓↓#试试搜狗#




1286

21

136

 非传统文艺青年
2016-11-23 09:55
能搜金三胖吗

 林家震
2016-11-21 20:07

#试试搜狗# 谷大好，在黑镜第三季第三集里，波隆（只能这么叫他了）在说服男主角去抢银行的时候提到了“Spurty McGoo”这个词，字幕组翻译作“恋童癖”，在网上查了找不到具体释义，求解啊！@谷大白话

 谷大白话 
2016-11-22 来自 谷大白腿的iPhone 7 Plus

spurt “喷射” goo “粘稠液体” Mc是姓氏前缀(son of)这里是给撸管小伙起外号，类似“金喷社/鲁白江/谢年夜” #试试搜狗#活动还在继续，有问题去@搜狗搜索 英文频道寻求答案吧~//@林家震：#试试搜狗# 在黑镜303，波隆说服男主抢银行时提到Spurty McGoo这个词，在网上查不到具体释义，求解




@搜狗搜索: 可能你已经发现在公交站、地铁，写字楼或者机场出现了一系列“不满足于知道，试试搜狗”的广告。在这里向想了解世界更多的、不满足于知道的好奇宝宝们发起挑战。来向是搜狗搜索提问，和我们一起去探索答案，你的提问还会收录到《不满足于知道》一书。还有iPad等礼物等着你。戳下图↓↓↓#试试搜狗#












692

64

310

 JiaShunqin-Alex
2016-11-22 17:26
不愧是谷大，每次翻译都是，信，达，俗

 会飞的弗洛修
2016-11-22 17:28
我以后都无法直视 年夜饭 了

 嬉皮笑脸面对人生的猫
2016-11-22 17:29
谷大你好屌啊（这里的好屌是awesome的意思）

品牌合作——海报展示



怎么摆脱制约我发展的“穷人思维” 搜狗搜索

不满足于先凑合，试试京东白条

搜狗搜索




怎样做老师才不没收手机? 搜狗搜索

不满足于纸上，试试作业盒子!

搜狗搜索 × 作业盒子

www.sogou.com



人民币贬值，如何进行海外资产配置? 搜狗搜索

不满足于资产避险，试试万达海外

搜狗搜索 × 万达WANDA



有没有不花时间，还能帮我自动记账的App? 搜狗搜索

不满足于收支混乱，试试网易有钱


搜狗搜索 × 钱 网易有钱



自由行可以收获自由吗? 搜狗搜索

不满足于脚下，试试蚂蜂窝自由行

搜狗搜索 × 蚂蜂窝



为何Kindle阳光下和黑夜都能看书? 搜狗搜索

不满足于没有阅读的生活? 试试亚马逊Kindle

搜狗搜索 × kindle 亚马逊电子书阅读器



“啪啪啪”的至高境界是什么体验? 搜狗搜索

不满足于例行公事，试试杰士邦

搜狗搜索 × JISSBON



下班太无聊，如何一个人过的更丰富? 搜狗搜索

不满足于一个人面对手机的孤独，试试网易BoBo

搜狗搜索 × BoBo



笔记本电脑未来会发展成什么样呢? 搜狗搜索

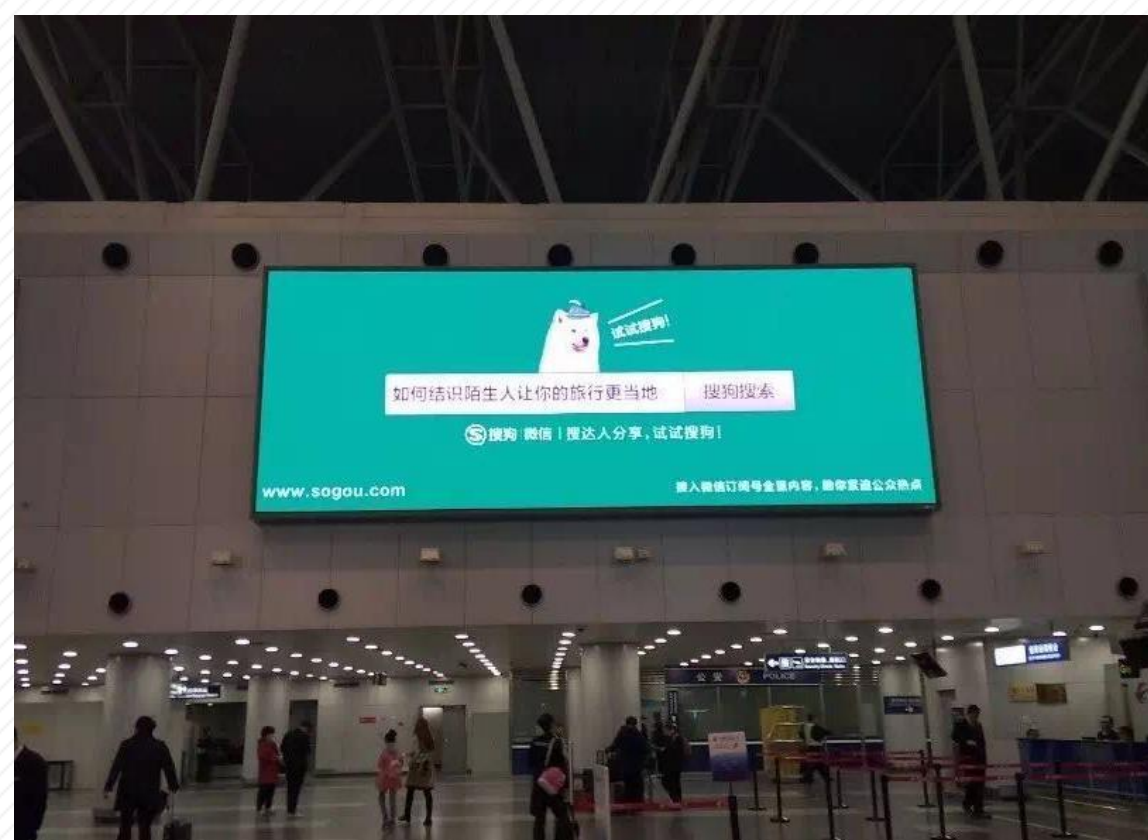
不满足于轻薄? 试试戴尔XPS

搜狗搜索 × DELL

阶段亮点2-场景化营销，创新互动

1

场景化营销



在机场、公交站和电梯间等场景呈现不同搜索内容，体现针对不同领域因地制宜的广告策略

2

创新互动方式

扫码/摇一摇的形式看答案
使用户跳转使用产品



3

线上线下载联动

线上传播线下广告
线下问题制造线上话题



阶段亮点3-实时互动 吸引更多UGC

#试试搜狗# UGC与官方花样实时互动，搜狗帮用户@KOL、官微，解答疑问

实时互动沟通



搜狗帮用户@KOL/官微解答问题



阶段亮点3-实时互动 吸引更多UGC

#试试搜狗# UGC与官方花样实时互动，搜狗帮用户@KOL、官微，解答疑问

实时互动沟通



搜狗帮用户@KOL/官微解答问题



阶段亮点3-实时互动 吸引更多UGC

@ 蚂蜂窝自由行

国内外有哪些

#试试搜狗#

本人刚毕业,该不该打白条
来场出国游? @搜狗搜索



#试试搜狗#



@搜狗搜索
每天上下班
各重各忙

#试试搜狗#

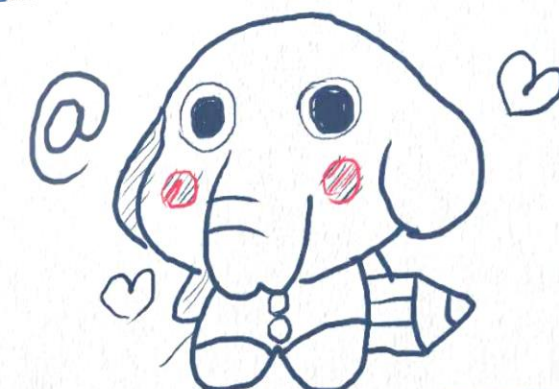
啪啪啪时怎么能像香蕉一样爱上戴套?

@搜狗搜索 #不满足于知道#



为什么手机能看书,还需要买
Kindle电子书阅读器?

#不满足于知道#



怎么做老师才不会
没收手机?

搜狗搜索Q

阶段亮点4-案例包装+二次传播

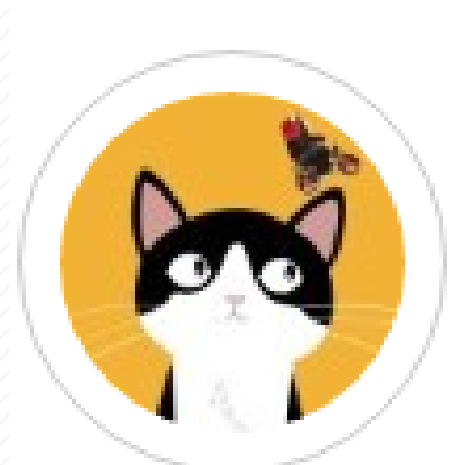
KOL发布趣味问题合集



行业案例包装



首席品牌官



赵圆圆谈广告



营销兵法



阶段亮点4-案例包装

@营销兵法 @赵圆圆谈广告 @首席品牌官 等行业KOL发布案例包装覆盖垂直群体

12:00 营销兵法

2016年三场现象级广告，意味着场景互动时代已到来？

2016-11-30 营销兵法

一周前也许你也发现了，地铁站和公交站里突然出现了很多萌宠和问题的画面，它们迅速占领了人们的视野引发热议，这场热议背后究竟是什么呢？

一、搜狗搜索广告背后的深刻洞察

在不同的环境，不同的信息领域，每个人都有特定的需求，搜狗搜索发现这些需求后采取了因地制宜的广告策略：

机场作为不同城市人的交流窗口，每天都聚集了大量来来往往的行人旅客，想要尽快了解一座城市就是

营销兵法
中国营销媒体影响力第一
微信号: lanhaiyingxiao
官方网站: yingxiaobingfa.com

阅读 55127 212 投诉

@营销兵法

12:05 首席品牌官

最近，年轻人又玩坏了一个品牌！

2016-12-05 NO.1176期 首席品牌官

当别人说你胖时,该如何回应?
「当别人说你胖」该如何回应? and 每个人的朋友圈总有一个胖子。转发给他们看看! 话虽然这么说,但是.....

大家自己TRY吧

从产品到广告，与其说搜狗搜索会玩，不如说搜狗搜索懂得年轻人真正要的是什么。想要吸引年轻人，学学搜狗搜索用的这几招。

策略 传播 营销 案例 创意

一谈起年轻人营销，你想到什么？

首席品牌官
创业 | 创意 | 创新

阅读原文 阅读 27762 217 投诉

@首席品牌官

12:04 赵圆圆谈广告

场景营销是如何让你中了广告的毒

(原创) 2016-12-05 赵圆圆 赵圆圆谈广告

赵圆圆
飞机上看了一半，怎么说呢，一个比我大三岁的犹太人写了一本让我目瞪口呆的书，感觉就像开启了新世界的大门。这本书根本不是人类简史，而是人的本质。

我之前推荐过一本书：《人类简史》。尤瓦

场景营销是如何让你中了广告的毒

首席品牌官
创业 | 创意 | 创新

互联网+品牌营销互动交流平台。
提供最新营销方法论、品牌案例、专业课程和服务。
投稿、寻求报道、内容合作，请联系QQ: 45973714

阅读原文 阅读 31115 63 投诉

@赵圆圆谈广告

阶段亮点4-二次传播

@小野妹子学吐槽 @我的朋友是个呆B @内涵大表哥 等段子手类KOL发布网友问题合辑引导二次传播

小野妹子学吐槽 12月1日 20:00 来自 微博weibo.com

笑到劈叉，某搜索品牌发起的问答活动都快变成段子合集受下

最近发现个新的段子集合地，就是某搜索品牌发起的问答活动
简直刷新了我的认知，真是笑到劈叉233333333
本来我以为活动的画风是这样滴：



优雅 矜持 端庄 恭15

BUT!!! 我只能讲你是
too young too simple 因为真正的问答画风是长图

收藏 15 155

我的朋友是个呆B 12月2日 20:15 来自 微博weibo.com

只听过有神回复，没想到还有神提问，某搜索品牌最近发起的#试试搜狗#问答活动

点开一看，简直刷新三观，原来除了神回复，还有神提问呢，网友们我服了：



点开一看，简直刷新三观，原来除了神回复，还有神提问呢，网友们我服了：

收藏 20 35

内涵大表哥 11月28日 18:20 来自 微博weibo.com

搜狗搜索最近配合上线的广告搞了一个活动，本来是正经的让用户来提问，却被网友越带越偏😂截个图给你们随意感受下。我也想问：《锦绣未央》里的李未央如果在《甄嬛传》里能活到几集？



收藏 20 35

总结



场景化营销

触发兴趣，让用户在不同的场景中调用不同记忆



垂直接动：创新互动体验

线上实时互动，线下广告触达，
线下广告→二维码/摇一摇→产品
线上传播线下投放，创意彩蛋



横向联动：最广触达+精准营销

官方、品牌、KOL三方联合发声
实现传播效果最大化
创意锁定精准人群

总结



本次传播区别于一点资讯、今日头条的投放：
品牌形象升级与产品场景使用一次完成



一点资讯、今日头条的投放只基于品牌形象的传播，缺乏产品的使用，搜狗本次传播，融入了产品搜索框，是碎片化时代与消费者沟通的全新方式。

Total Highlight-整体数据分析

整体曝光量

8843.2W+

活动总阅读量达到

3,566.2W+

参与活动的用户达到

5.27W+

#不满足于知道# #试试搜狗#

话题阅读量 1312.1W

#不满足于知道# 话题 达到

综艺榜 **第8名**



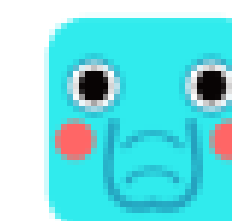
京东金融旗下



kindle 亚马逊电子书阅读器



蚂蜂窝
自·由·行



作业盒子



万达WANDA



钱 网易有钱

联合**9家**品牌，曝光量合计**160W+**