

22天梦想家电商直播

- ◆ 广告主：多个品牌
- ◆ 所属行业：美食、家居
- ◆ 执行时间：2016.10.20-11.11
- ◆ 参选类别：视频直播营销类

• 背景初衷

双十一大促首次通过淘宝直播打造内容营销，我们创新性的使用了综艺场景营销方式，打造了《22天梦想家》UPGC内容，让4个主播真实入驻别墅22天，每天直播自己真实的吃、穿、住、用，所有商品真实植入生活场景，并且将全网营销资源聚焦到直播间变现。我们通过品牌、产品、价格等多维度比选，最终选中9个商家，覆盖了零食、茶饮、家居三大品类，所有商品植入22天生活真实场景，全程直播让观众边看边买。

• 项目目标

- 1、《22天梦想家》覆盖10月21日至双十一，22天不间断，88场直播，打造覆盖81个营销场景，打造1000万微博话题与1000万视频播放。
- 2、《22天梦想家》联动9大微博红人与4大淘宝主播为商家品牌背书，实现新闻媒体、直播网综、话题营销、视频传播立体曝光，提升美誉度，培养商家粉丝。
- 3、《22天梦想家》在双十一期间帮助商家达成销量不低于5000万。

• 项目挑战

- 1、如何通过直播，还原商品场景，体验到产品功能与价值？
- 2、如何引导更多流量更多粉丝进入**场景营销**，实现边看边买？
- 2、如何通过流程与脚本设计，完成消费者关注、加购到购买下单的流程？
- 3、如何用最小预算、参与感等方式引导用户**参与社会化传播**？



海报内容包含以下信息：

- 主标题：22天梦想家
- 副标题：淘宝直播双11生活范重磅IP
- 主播介绍：
 - 为美味而生：250天团主播 粉丝数 10万
 - 欢欢茜的美妆：250天团主播 粉丝数 6.8万
 - Emcici：250天团主播 粉丝数 7.1万
 - Zoell：250天团主播 粉丝数 7.9万
- 直播时间：2016年10月21日--11月11日
- 直播互动：连续22天·每晚18点·直播互动
- 营销亮点：送券加购 / 卖货PK / 玩出不一样的场景营销
- 底部Logo：REI AMON MEDIA

电商直播女性用户占比80%

20岁以下占比9% 21-26岁占比58%
27-30岁占比21%

一线城市占比56% 二线城市占比35% 其他7%

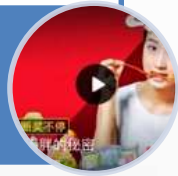
热衷使用微博、微信、视频等网络社交平台

喜欢年轻、时尚、有个性、有趣的品牌与商品



打造《梦想家》直播豪宅，设计22天生活剧本，4位主播入住开启22天生活真实直播。

1 事件化



4位淘宝主播每日吃、住、玩全程直播，商品植入直播场景向观众展示产品，还原场景。

2 场景化



全网联动9位微博红人参与话题，以访客、聚餐、约会等形式空降直播现场，引导粉丝导流。

3 全网化



4个直播间以综艺方式联动，粉丝互相导流，
内容更有话题，商品植入场景，全网导入流量

前所未有的直播串联互动及边看边买

➤ 预热期（10月21日-31日）：

炒作“真人版欢乐颂，4大主播22天生活直播”微博话题营销吸引眼球，每位主播提前公布自己今天将有哪些生活安排与体验哪些商品，通过每日直播剧本，所有居家、美食类商品植入直播场景，主播边吃边用向观众真实推介产品，引导加购与下单。主打“看直播抢福利，双十一抢实惠”，直播+试吃+加购+领券+蓄势。每日成交约800-1100件。



➤ 突破期（11月1日-8日）：

安排10位微博红人联合炒作22天梦想家，提前在微博预告将空降直播间现场，引导粉丝投票选择互动方式打造参与感。淘宝直播与外站直播同时开播，红人们配合淘宝主播进行唱歌、游戏、万圣节鬼妆等表演，引入外站流量，直播观众停留时长增加3.6倍，同时微博话题阅读量超过1000万。



- **爆发期（11月9日-11日）：**
- 双十一到来之前，提前预告双十一福利，并直播采购双十一当天赠品香奈儿口红的过程，引爆观众火热加购物车，同时预告双十一极速到货体验，引导粉丝建立拆包晒单意识。将双十一所有产品与福利植入病毒视频，进行终极预热，主打“实惠可视、福利专享”。
- 双十一当天，参与商家1小时销售破2000万，20秒发出第一个包裹，4小时签售第一个包裹，早上9点第一条微博晒单。在双十一当天累计成交**1.5亿**，成为淘宝大学官方推荐的直播营销经典案例。



营销效果与市场反馈：

- 创新性使用UPGC模式，打造了4位主播的综艺互动模式，在真实别墅内，开展22天88场日常直播。
- 所有商品植入每天直播剧情，还原使用场景，巧妙让消费者真实感受到产品价值，并联动微博红人参与话题，以访客、聚餐、约会等形式空降直播现场引导粉丝导流，实现内容+流量+转化无缝衔接。
- 《22天梦想家》连续播出22天，累计观看量1百万人，累计点赞1千万次。
- 《22天梦想家》打造的微博话题阅读量突破1千万，病毒视频播放量1057万。
- 《22天梦想家》在双十一当天所有参与商家累计销售达到1亿5千万元，超过原定5千万销售目标。
- 《22天梦想家》成为淘宝大学重点推荐的直播案例，受到参与商家们的广泛好评，并成为淘宝达人学院官方授课案例，并荣获2017年虎啸奖。