

咪咕影院

“你想约谁一起看电影” 社会化营销案例

- ◆ 广告主：咪咕视讯
- ◆ 所属行业：文娱类
- ◆ 执行时间：2016.12.20-12.31
- ◆ 参选类别：媒介整合类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<http://my.tv.sohu.com/us/66532653/91656186.shtml>

或者
扫一扫看视频



Campaign Brief 客户的期望与挑战-传播目标

1

突出产品特色

坚固基础卖点，打造差异化个性产品，为后续产品突出奠定基础

2

强化独有卖点

重点打造自身特色USP传播，营造差异化效果，提升竞争力

3

触发情感共鸣

引发用户主动关注，获取新的目标用户及潜在客户

Campaign Brief 客户的期望与挑战-传播挑战



如何利用自身产品特色和资源优势在电影市场中抢占忠实用户，如何将自身产品的核心USP精准地传达到用户心里并以此打开品牌知名度，获取忠实用户，是此次营销活动所要解决的首要问题。

Insight & Strategy 洞察和策略-品牌的消费者属性



个性鲜明的中青年群体

- 个性鲜明，有自己独特的追求和爱好
- 崇拜偶像，有自己的追星和交际圈
- 自信热情，追求精神和物质的双重享受



Insight & Strategy 洞察和策略-媒体的受众属性

内容创新

有格调又富有娱乐性质，有创意同时轻松简短的内容更容易博得眼球。

紧随热点

热门话题、新鲜事物永远都最受追捧，贴合热点进行传播，才能事半功倍。

互动性强

贴合用户利益触点，具备参与性、娱乐性的互动形式更容易引发用户参与。

形式多样

单一的文字、图片形式已很难满足现有受众需求，音/视频、游戏等形式输出更需多样化。



Insight & Strategy 洞察和策略-媒体的策略组合

1

偶像号召，粉丝效应引发品牌自传播

以“偶像约我一起看电影”为主要沟通话题，触发自身粉丝群体关注的同时，粉丝的自主传播引发新的用户群体趋同追逐，使得产品核心卖点得到最大化突出。

2

紧贴活跃用户聚集地，搭建沟通平台

新浪微博、微信以及知乎、直播平台为主阵地，并选择北京/上海目标用户群体集中商圈进行线下活动。在微博首页创建微博热门话题榜，微信搭建HTML5互动页面，在直播平台搭建活动现场直播房间，并通过知乎等阵地辅助引流，完成泛用户覆盖。

3

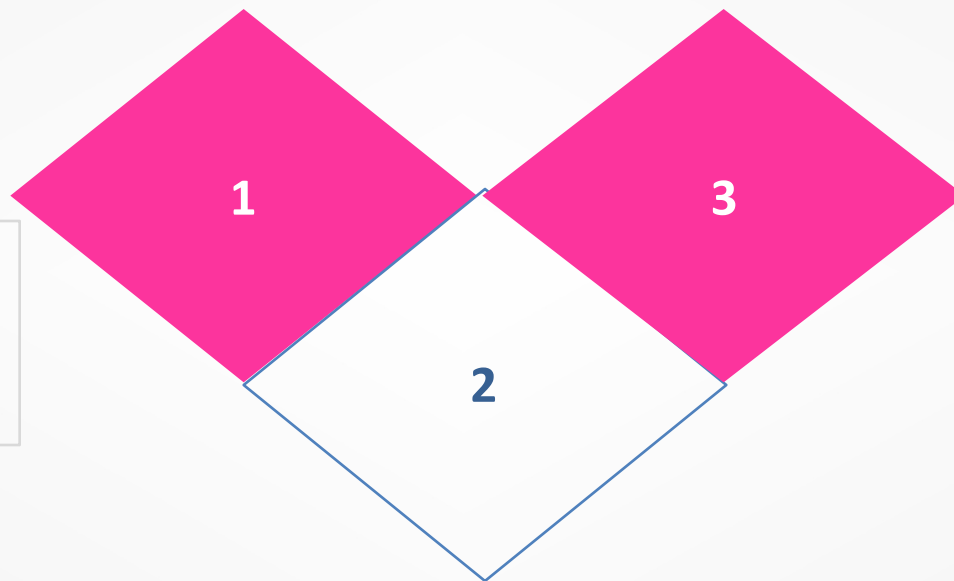
情感沟通，深入目标群体心里

以“约影”“观影不孤单”等情感话题进行情感沟通，拉近品牌与用户之间的距离，引发人群情感共鸣，从而获取品牌好感度。

Creativity & Execution 创意和执行-计划的创意性

内容形式多元化，促进沟通元

整合当下最热门活动形式，如H5、小视频、创意海报等，并，深挖内容亮点，博得更多关注度，保证互动率，调动受众积极性。



线上线下同时触达，扩散传播

以线下活动作为传播切入点，产生物料，线上推送，充分利用互联网传播覆盖面，触及更多用户，引导线下体验，形成完美传播闭环。

多平台双管齐下，巩固口碑

整合互联网传播热门平台，微博、微信、知乎、直播等平台多管齐下，同时邀约KOL助推，扩大品牌知名度的同时巩固口碑。

Creativity & Execution 创意和执行-计划的执行力

第一阶段---偶像约我看电影

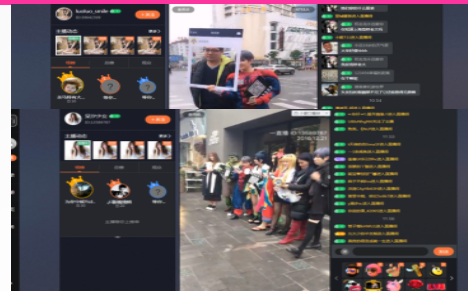
1、HTML5发出活动邀约《一封来自异次元的神秘邀请函》

活动开始前，制作《一封来自异次元的神秘邀请函》H5，以异次元、神秘等字眼吸引粉丝关注，并发出活动预告。



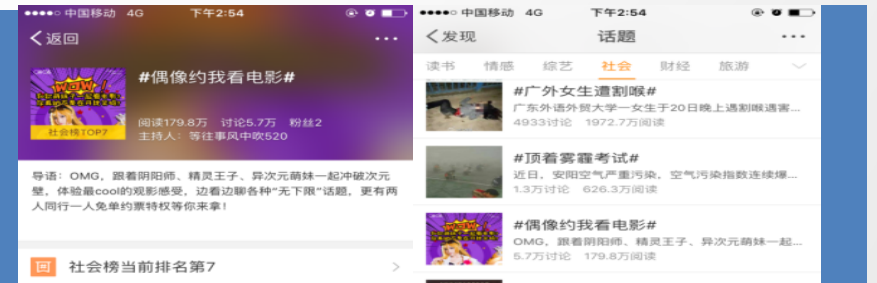
2、coser线下快闪，迅速聚焦关注

选择北京、上海两地目标人群集中商圈，邀请知名coser进行线下cosplay快闪活动。以网友熟知的动漫/电影人物形象作为吸睛点，吸引合照同时并以咪咕影院的名义发出一起观影邀约。



3、知名网红现场直播，线上线下联动扩散

线下快闪活动的同时，邀约热门网红主播现场直播，覆盖几大热门直播平台，囊括音乐、动漫、电影界知名网红，同步进行产品植入，使品牌曝光度得到极大提升。



4、创建曝光制高点：新浪微博首页热门话题榜

借势偶像、看电影等话题，利用粉丝效应，打造微博热门话题 #偶像约我看电影#，通过大V引爆，并多维度扩散活动现场，带动产品卖点的认知和品牌知名度。

Creativity & Execution 创意和执行-计划的执行力

第二阶段---你想约谁一起看电影

创意元沟通 粉丝效应带动主动注

创作次元创意海报，以次元偶像口吻阐述产品卖点，将品牌特性完美植入，邀约大号发布的同时引发粉丝自主传播，最大化扩大品牌影响力。

线下影院包场观影 产品卖点完美贯彻

Coser通过咪咕影院发起约票，配对粉丝一同看电影，通过从线上邀约到线下实现粉丝与偶像共同观影，使咪咕影院“约票”功能深入用户。

制造话题引爆点 热门微博首页推荐

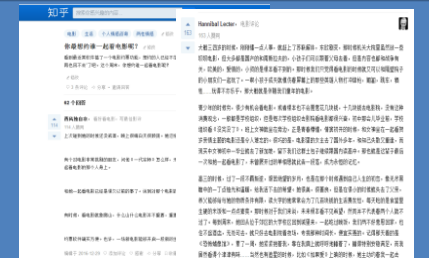
打造微博热门话题，以用户角度发起“你想约谁一起看电影”话题，持续发布生活中的约影小故事，引发共鸣，触动用户主动参与的同时品牌卖点得到最大植入。

KOL集中发声 深度沉淀用户口碑

邀约电影类微信大号进行创意视频制作，以趣味视频的形式植入品牌卖点，同时邀约二次元界知名微博大V一起发声，进一步引爆活动，扩大品牌影响力

知乎平台深度发酵 持续扩大品牌影响力

持续以“你想约谁一起看电影”在知乎发起话题，同时邀约知乎大号助推话题热度，多账号联动发声，持续扩大品牌影响力。



Result 结果-传播到达 品牌提升 销量支持

活动传播不到一周，咪咕影院约票发起量激增**300%**，App下载量远超活动执行前数据。

行动带来的直接销量转换



咪咕影院
全新观影新体验

Result 结果-传播到达 品牌提升 销量支持

微博热门话题：

话题#偶像约我看电影#占据微博热门话题第7，话题阅读量6113.12万，讨论量23.8万人次；话题#你想约谁一起看电影#占据微博热门话题第4，推荐榜第2，并持续上首页热门话题推荐，话题阅读量5128.16万，讨论量11万人次；

线下活动：

邀约Coser 40人次、主播20人次参与线下主题互动；线上直播人群观看1,038,027次；

Social 大号互动：

果子哥哥创意视频微信约稿，累计获得28.6万次阅读量；动漫界微博大V互动，累计获得262万阅读量。同时带动官方双微平台曝光量高达48万次。

其他辅助平台：

知乎平台话题持续发酵，引发96人参与互动，获得累计1784次点赞；今日头条科技类大V关注转载视频11次，获得累计22,644次视频播放量。



行动收获的精彩数据

THANKS