

# 京东618年中社交营销反击战

- ◆ 广告主：京东
- ◆ 所属行业：电商
- ◆ 执行时间：2017.05.25-06.20
- ◆ 参选类别：电商营销类

## 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://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMjk3MzgwMTc1Mg==.html](http://v.youku.com/v_show/id_XMjk3MzgwMTc1Mg==.html)

或者  
扫一扫看视频



京东  
618

今年

京东中国最大的自营式电商平台  
造就了以618为时间节点的电商大促

营销升级——打造年中全民购物节IP



2017年6月，京东618拉开大幕，从2010年开始，618经历了多个不同主题。而今年京东618更是战略升级，打造年中全民购物节IP！

如何打动消费者，在社交营销的赤膊之战中杀出一条血路  
帮助京东成功塑造全民年中购物节IP  
是我们要帮助京东战胜的挑战

一场重磅的社交反击战

迫在眉睫!



# 打响年中社交营销反击战

1

## 十二大频道

十二大垂直频道

### 全力出击

十三大官微直播

### 十大垂直人群

2

## 上亿级话题

重磅打造

### 2亿级话题

爆发社交影响力

3

## 全程4大爆点

重磅打造全程

### 四大爆点

高潮不断  
全线吸睛



京东618年中社交营销反击战

主要战绩





# 战绩1

打造史上最强传播矩阵  
十二大频道粉丝全面助力



新浪教育



新浪尚品



新浪母婴研究院



新浪育儿



新浪星座



新浪时尚



新浪女性



新浪科技



新浪数码



新浪手机



新浪视频



我爱围观



新浪图片

传播覆盖人数达5531万人，达到最大程度曝光！

# 战绩2

话题榜单连续被突破  
三次上榜取得惊人战绩

5月25日

社会榜 TOP8

总榜

TOP10

6月1日

社会榜 TOP2

总榜

TOP5

6月14日

社会榜 TOP1

总榜

TOP1

24小时榜单中  
持续保持TOP5



# 战绩3

京东微指数为221062增长3倍  
爆点日超过天猫微指数2.5倍

在京东近半年的微指数中  
每个爆点日持续突破  
整体增长3倍多

6月1日

微指数京东为：134128

天猫为：57457

为天猫2.3倍

6月14日

微指数京东为：221062

天猫为：86445

为天猫2.5倍



# 战绩4

话题阅读量2.1亿

品牌广告曝光量达到2.8亿





5月25日  
活动开始

十三大新浪频道官方微博账号对“疯狂6一把”话题信息进行广泛告知，积累网友最大热度

5.25

主话题词上线  
#疯狂6一把#

6.1

童梦日

【京东童梦日】  
童梦日海报

6.5

公关传播

#厉害了我的  
中国品牌#  
配图海报

6.6

国品日

#中国品牌日#  
京东  
国品海报

6.9

秒杀日

趣味海报  
趣味gif图

6.14

神券日

京东  
鬼畜视频

6.18

年中  
购物节

6大频道每日两条日常运营  
新闻频道、时尚女性频道、星座频道、科技频道、育儿频道、教育频道

日常运营传播线：带有京东权益  
【值得等的男人只有一个】快递小哥线  
【暴击666】购物趣味线  
京东品宣线



# 项目效果——6.1日

8天的话题运营，首战取得了惊人的成绩！

13个

新浪官微账号主推

7位KOL

助力京东童梦日

2次

社会榜单上榜

2.3倍

京东微指数超越天猫

传播覆盖人数达**12030万人** 覆盖人群特点：高科技，时尚人群，育儿人群等**高购买人群**

博文内容**多维化**，吸引粉丝深度阅读

提出“你的童年梦想得到的礼物是什么”引发更多粉丝互动参与，达到**高互动效果**

共引发粉丝参与互动量达**11万次+**，话题榜分别为社会榜TOP8及TOP2

# 项目效果——6.6日

国品日传播，新浪财经重磅出击，引发大V自主参与活动

24h

新浪财经账号微博置顶

2大

新浪官微助力国品日

35位

大V自助转发

传播覆盖人数达**1196万人**

覆盖人群特点：高科技，财经等**垂直类人群**

借助#中国品牌日#话题进一步提升京东国品日曝光

# 项目效果——6.9日

秒杀日传播，5大垂直领域出击，吸引用户深度阅读

4类

人群多维度垂直传播

5大

新浪官微助力秒杀日

5位

高人气KOL助力传播

传播覆盖人数达10729万人

覆盖人群特点：高科技，时尚，育儿，女性人群等高购买人群

博文内容传播形式多样，吸引粉丝深度阅读

共引发粉丝参与互动量达12万次



项目效果——6.14日

神卷日，京东618社交反击战全面大捷

第1  
话题总榜

24h  
霸占榜单

8大  
新浪官微矩阵

6大  
人气KOL助力

传播覆盖人数达12722万人

博文中发布视频广告，评论质量广受好评

共引发粉丝参与互动量达20万次+

# 冲榜一部曲：5.25话题上榜

5月25日，#疯狂6一把#话题上线，首战告捷，登上社会榜TOP8。



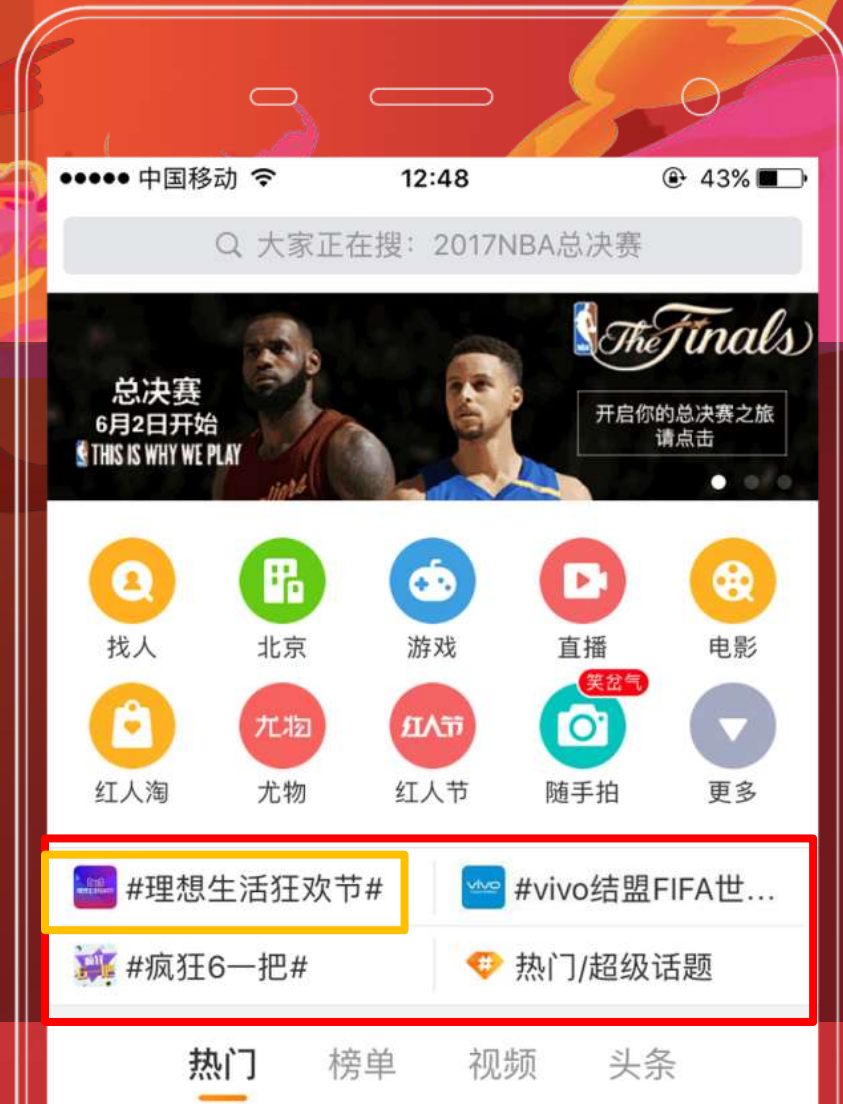
5.25日中午，在新浪频道官微矩阵助力下，#疯狂6一把#话题一小时内阅读量突破50W，自然冲榜进入社会话题榜第8名。当日阅读量共287.3W

# 冲榜二部曲：6.1童梦日

6月1日，#疯狂6一把#频道与大V联动，登上社会榜 **TOP2**，话题总榜单 **TOP5**。



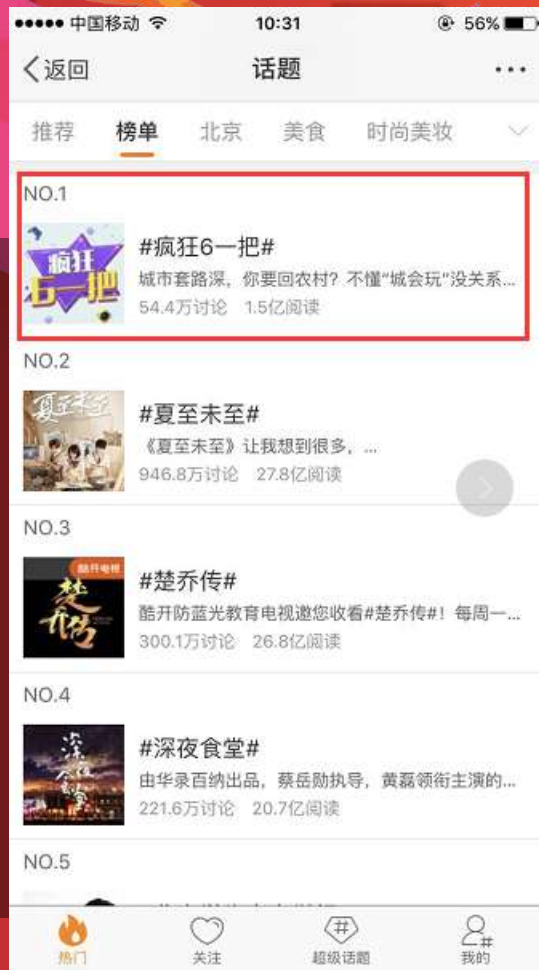
广场首页话题推荐区，#疯狂6一把#话题自然运营被推荐。与天猫购买资源位共同登上微博话题推荐位。





# 冲榜三部曲：6.14神券日冲至榜首

上午十点半，话题冲至总榜单**TOP 1**，社会榜**TOP 1**，1小时话题榜**TOP 1**，话题广场首页。



6月14日十点半：  
话题冲榜至TOP1，超越话题#夏至未至##楚乔传#等热门话题。  
话题#疯狂6一把#再次进入移动端首页推荐栏  
首次进入PC端右侧热门话题推荐栏



# 冲榜三部曲：6.14神券日冲至榜首

上午十二点半，话题依然在榜。



6月14日十二点半：  
在微博客客户端输入#搜索话题，  
#疯狂6一把#成为第一联想话题





# 项目效果总结

## 传播

社会化传播盛宴

前所未有

打造史上最强传播矩阵，六大频道13个官方账号全面助力

英国报姐

小野妹子学



Happy张江



我的前任是个极品

## 场景

一场全民化的互动

活跃惊人

讨论量73.1万，同比微博话题#套路满满#过十亿阅读量讨论量与#疯狂6一把#相同！

#套路满满#

发微博

+ 关注

分享

话题主页

精华

图片墙

话题榜

导语：又是一件毕业季，来来来跟我们分享下青春时看不懂的套路，毕业季，成长毕业，开心不老。加话题词#套路满满#分享下你认为最搞笑的视频吧

10.1亿  
阅读

83.2万  
讨论

8870  
粉丝

## 营销

新浪频道矩阵导向

强势宣传

三条京东日常权益线+7大KOL导流传播+新浪官微助力！京东微指数急速提升，有效引流京东活动会场。



新浪女性



我爱围观



# 项目效果总结：主持人日常运营

三大京东日常主线贯穿整个话题

## 多维内容诠释#疯狂6一把#

京东小哥打包最强炫技，看我一个顶5个！

快递小哥荣获五一劳动奖章

快递小哥的情诗

快递小哥开挂搭车

每天爬200层楼，一年爬的楼比23座珠峰还高；每天走200公里，一年可以绕赤道近2圈；向京东快递小哥致敬！

### 快递小哥线

【值得等的男人只有一个】

时尚  
娱乐

一位俄罗斯妹子将自己的奔驰贴满100多万颗施华洛世奇水钻

科技  
趣物

### 趣味购物线

【暴击666】

育儿  
教育

单身的时候买哪些东西可以提高幸福感以及生活质量？

连《欢乐颂》五美都弃用苹果，改用华为手机了，你能看出她们的手机型号及手机价格吗？

星座  
见闻

京东全民年中购物节在6月18日迎来高潮

关键时刻手慢无，看中爆款被抢光？不要紧，现在京东年中购物节爆款补仓，卷土重来！

### 京东品宣线

6月18日下午15:00，京东618购物季累计订单金额超1100亿元！

## 项目效果总结：频道官微运营

新浪13大官微，丰富话题内容，吸引不同人群

# 活动期间共发布570条垂直原生内容

科技

时尚

女性

亲子

数码

财经

新闻

教育

手机

星座

## 话题运营影响十大垂直人群

实现不同细分人群全覆盖，通过垂直账号打造原生社交内容，  
以独特的话题观点呈现京东618品牌信息

# 项目效果总结：KOL助力传播



11个KOL发布博文数**18次**

总曝光**2.5亿**

点赞总数**28909**，转发总数**170955**

评论总数**11892**



疯狂6一把

THANK YOU

