

网易考拉618福利狂欢城项目——好仙一座城

- ◆ 广告主：网易考拉
- ◆ 所属行业：互联网电商
- ◆ 执行时间：2019.06.07-06.14
- ◆ 参选类别：创意类

- **网易考拉营销背景：**

考拉618年中大促，围绕站内“**福利互动城**”活动，利用奖品利益刺激，同时向站外分享传播。

- **网易考拉营销目标：**

围绕“福利互动城”，结合用户自身利益点，为考拉618大促销造势，最终实现**品牌导流、用户加购、品牌传播**的目的。

- **困境与挑战：**

筹备时间有限；活动利益点较抽象

项目概述：

618大促期间，网易考拉推出了618**福利狂欢城**的大促活动，打造了多种优惠合集玩法，在游戏中，可以获得各种福利卡，包括**考拉红卡、大额优惠券、福袋、秒杀和现金红包**。集齐5种福利卡，在6月15日时即可参与抽超级大奖。平时每天可以参加大转盘天天抽奖，也可以持续获得福利。

在此背景下，我们利用时下最火的**沙雕病毒**风格搭配搞笑类KOL进行内容输出传播。整体做创意解读和内容创制抓住年轻人痛点洞察，进行测试H5传播，深入传播活动利益点

- 目标人群——**海淘族**
- 他们是：
- 跨境消费主力军：以80、90后白领为主，**95后逐渐崛起**，成为跨境消费新势力
- 年轻就要个性：头号玩家们在衣、食、住、行方面标榜**潮流化、个性化**。
- 他们的**痛点**：
- **网购过程便捷**是海购人群的关注重点，**零门槛的购物方式、花更少的钱、退货无压力**也是他们的重要参考标准
- **限时折扣**最吸引海淘族，**价格**最能觉得他们是否购买。
- 关键词小结：
- **网购过程便捷+价格优势+潮流个性化**

核心策略:

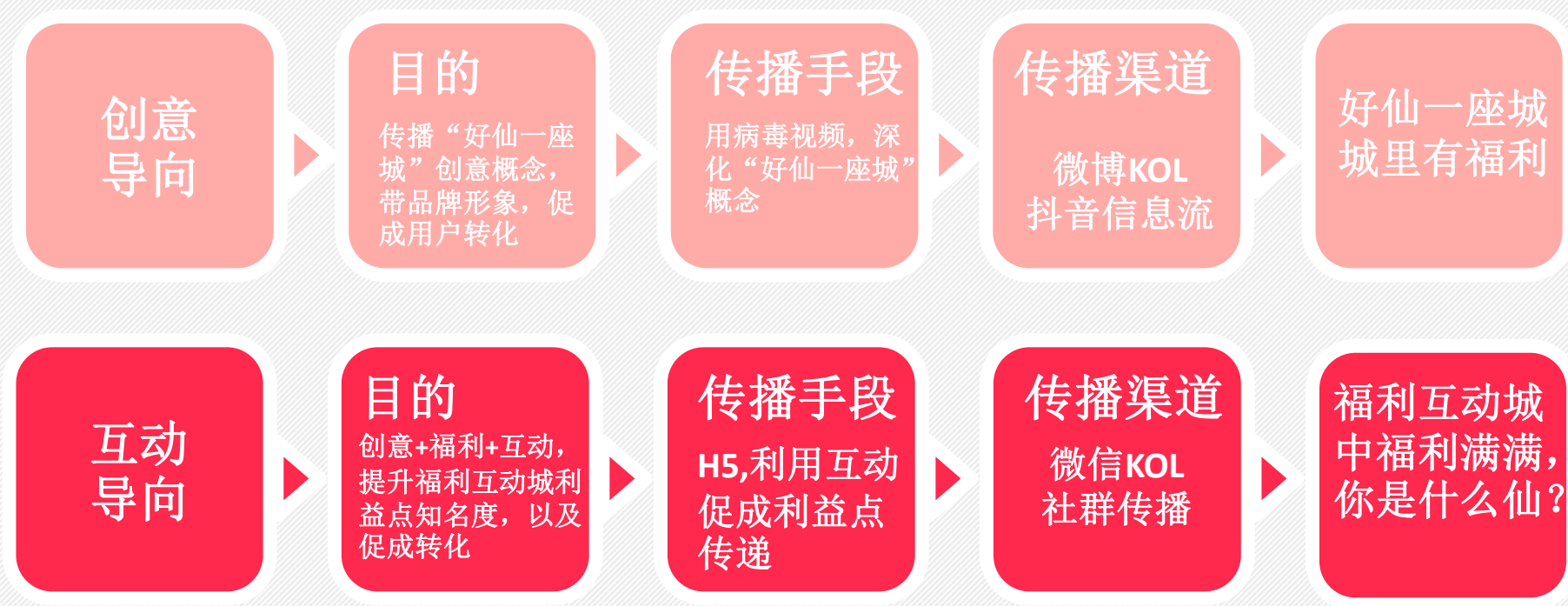
以“**仙系**”为核心创意点，串联618福利互动城传播线路线上造话题，线下造事件。

我们利用时下最火的**沙雕病毒视频**搭配搞笑类KOL进行内容输出传播。整体做创意解读和内容创制抓住年轻人痛点洞察，进行**测试H5传播**，深入传播活动利益点。完成考拉618“福利互动城”**传播导流最大化**。

亮点:

仙城别番**沙雕视频**+你是什么**仙H5**=引发广泛关注，狠戳年轻人心窝

以“仙”为核心创意点 串联考拉618福利互动城传播线路



双微

微博KOL累计获得了**2,662**万的阅读、**34,306**次互动；

微信KOL累计获得了**137,281**次阅读；

截至到6月10日下午18时，#好仙一座城#话题获得了**4.5**万次讨论和**5250.2**万阅读
在互联网榜单排名**第7**；

抖音

抖音信息流投放中，获得了**3,810,020**次曝光和**19,988**的点击

整体点击率约**0.525%**

物料

视频播放量达**1,181.9**万；

H5应用获得了**342,352**的PV和**24,576**的UV。

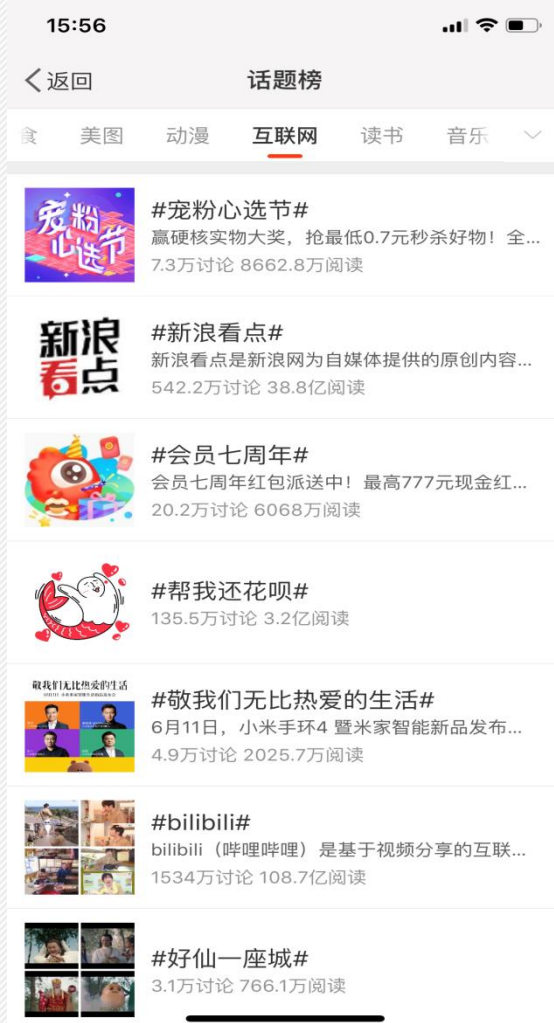
沙雕视频：利用创意进行内容引流，开启利益点的第一轮传播（6月6-6月9）

这次上线的沙雕视频，将福利城的红卡、神券和福袋被精妙融入剧情，通过对传统的古装电影的解构复刻，用粗粝复古的气质，对“神仙形象”进行无厘头的解构解读。不仅得到了受众的认可，也更好地传递了商城的利益点。

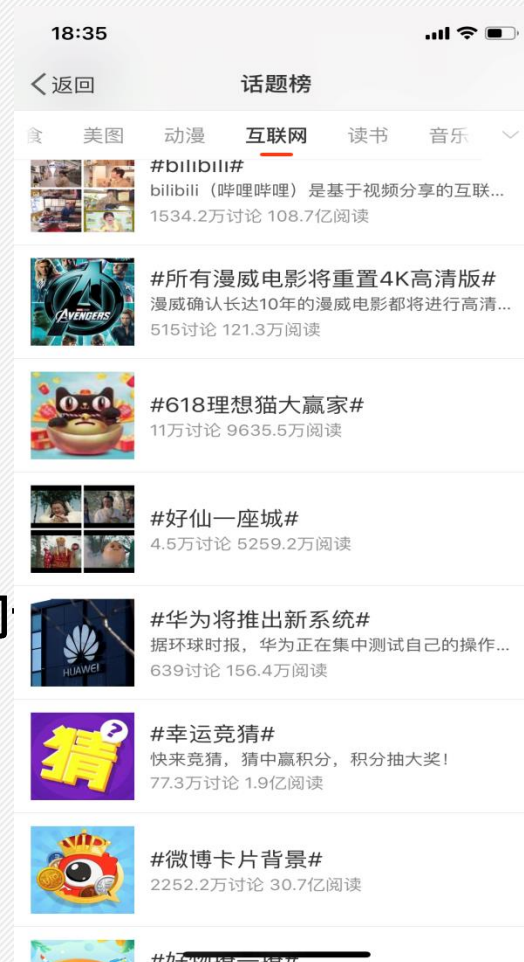
秒拍链接：<http://n.miaopai.com/media/y~gRHwn0Yz8--DfqswgP~aM2NFJ5UoEG.htm>



微博话题榜情况：



6月10日15：56时
互联网榜单中
#好仙一座城#话题排名第7
并拥有3.1万讨论和766.2万阅



在6月10日下午18：35时

已经积累到4.5万次讨论和
5250.2万阅读

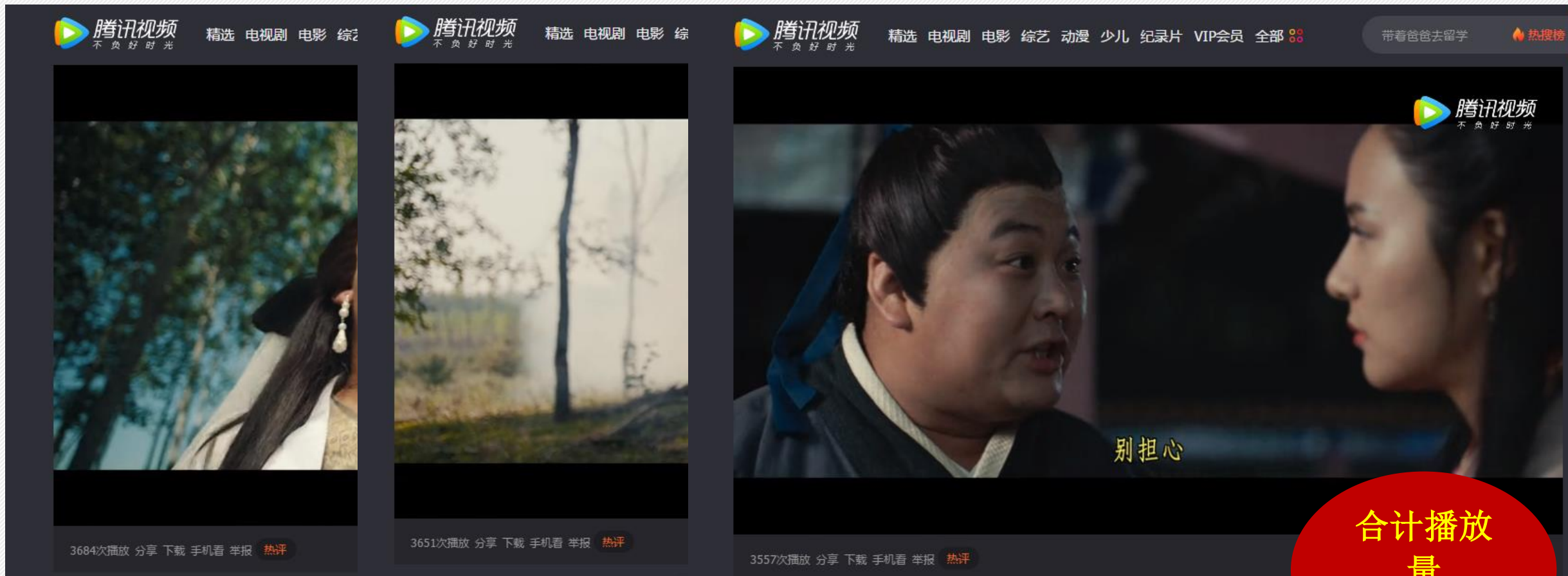
秒拍视频播放量：

 低配白娘子水漫金山-你看今天的天很蓝 你看今天的天很蓝 324.8w次播放 182次评论 11天前	 没想到你是这样的地三鲜-你看今天的天很蓝 你看今天的天很蓝 192.5w次播放 222次评论 10天前	 是谁在抢大鹅券-星亦同学的秒拍视频 星亦同学 335.2w次播放 176次评论 9天前	 “欢迎光临好仙一座城”-星亦同学的秒拍视频 星亦同学 328w次播放 213次评论 8天前
--	--	---	---

合集

合计
播放量
1180.5万

腾讯视频播放量：



“你是什么仙” H5：利用H5创意进行深洞察的互动，为“仙城”引流（6月10-6月11）

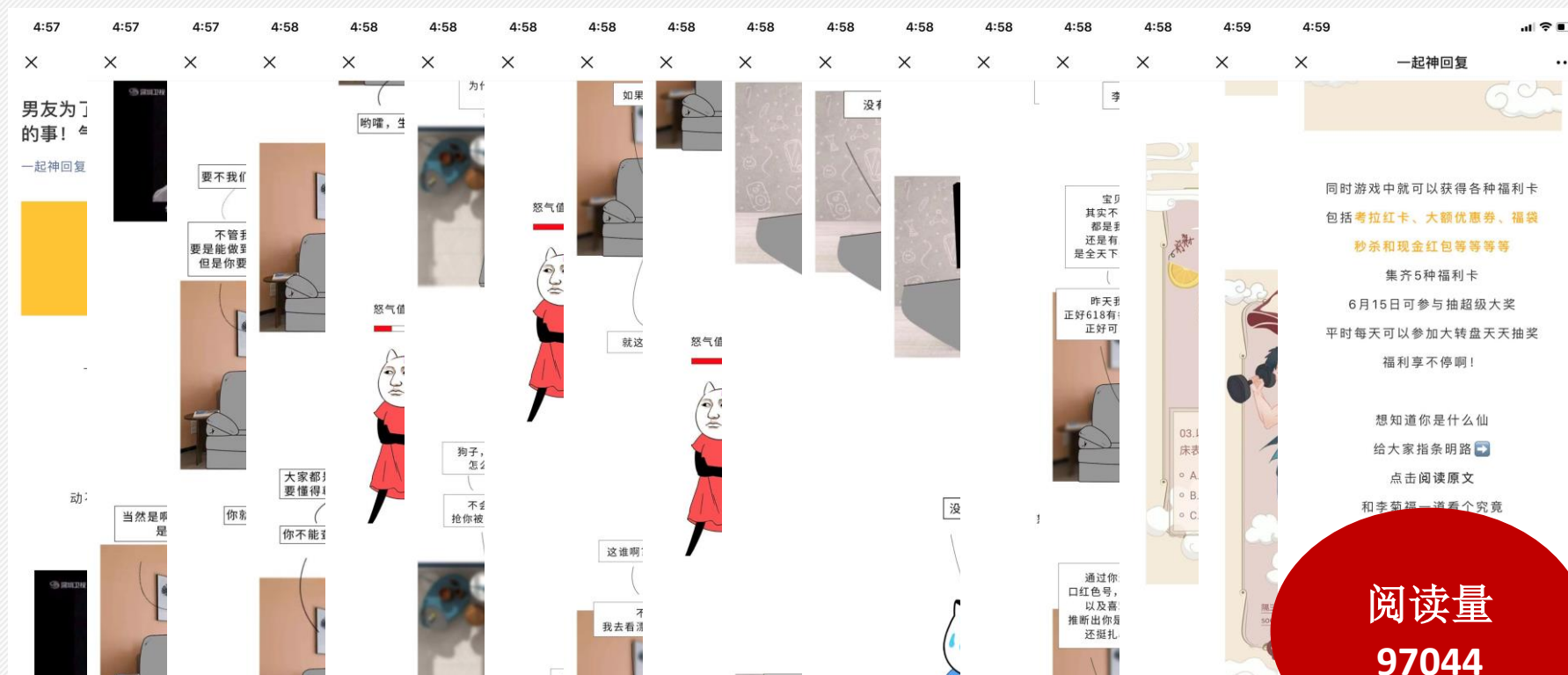
在视频上线后，我们又进行了“你是什么仙”H5制作及传播。这是一支为年轻人准备了花样“彩虹屁”的“你是什么仙”H5，号召凡人们纷纷成仙。利用各类标签，引起共鸣和认同感。



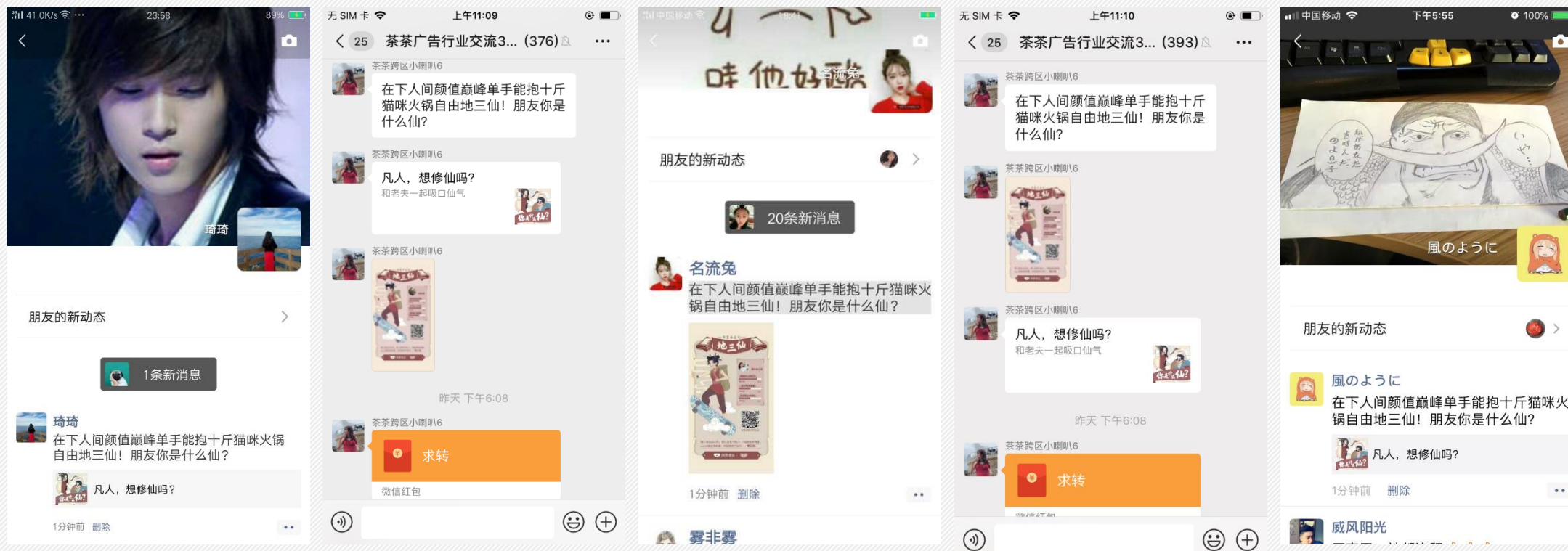
H5对应链接



<https://www.jiandoukeji.com/h5/2019/wykl618/index.html>

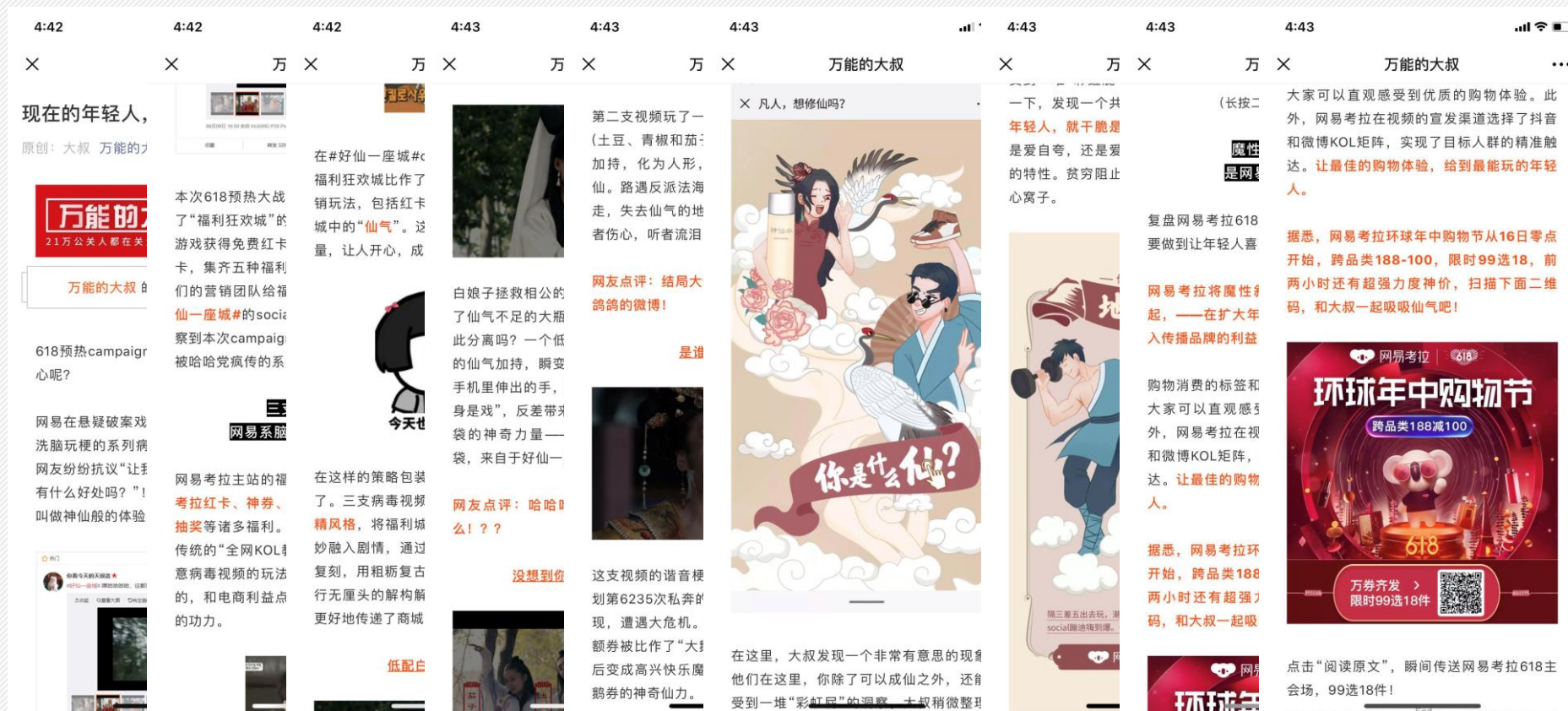


6月11日，一起神回复微信发布以逗趣新颖的男女朋友对话引出活动内容同时引出互动H5《你是什么仙》，引导用户关注网易考拉618的活动



6月11~12日, 母婴类、大学生类、广告类社群发布H5, 进行人际扩散传播

万能的大叔合作——《现在的年轻人，全靠一股仙气吊着》



6月11日，万能的大叔微信发布，对整体营销逻辑做内容解读，并同时内容进行内容引流和传播。