

陌陌科技-愚人节萌宠创意视频

- ◆ 广告主：陌陌科技
- ◆ 所属行业：互联网科技
- ◆ 执行时间：2019.04.01
- ◆ 参选类别：短视频营销类

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

<https://www.bilibili.com/video/av64411167>

1

背景&目标

品牌营销的背景和初衷

挖掘年轻人社交的心理洞察，聚焦热点话题，提升陌陌品牌在年轻人心中的形象，重归“陌生人社交”这个最初的产品理念。又同时与“愚人节”这个特殊的节点巧妙结合。

目前面临的挑战和困境是什么？

愚人节当天的品牌传播，“愚人”的尺度问题成了考量营销是否成功的重要因素。如何让用户体会到愚人节玩笑的欢乐，又不至于被冒犯，同时还能完美的带出产品及功能。

猫即是正义，

调查发现，**猫**在当代年轻人群体中有着至高无上的地位，

当代年轻人不是在养猫就是在云养猫，而**这批青年群体恰好是陌陌的核心用户**，

他们渴望新奇世界，渴望认识陌生人，喜欢猫——既然如此巧合，那不如就用猫来和他们对话吧。

而同时，陌陌的英文名MOMO和“MEOW”（猫叫声）非常接近，

陌陌的logo也像是一只猫——” 既然这么多巧合，我们就做个猫版的陌陌吧。”

3

媒介&执行

以这一洞察为出发点，我们虚拟了一款猫社交产品，命名为：**【陌喵】 (MOMEOW)**，并为该款虚拟产品拍摄了一组真实的TVC。

愚人节营销 **“去愚人节化”**，在“骗子扎堆”的愚人节，用 **“常规” 去制造 “反常规”**，更是显得诚意满满。让人不免怀疑——该不会真的有人在愚人节这天发布了真广告吧？



MOMO

【MOMO】LOGO



MOMEOW

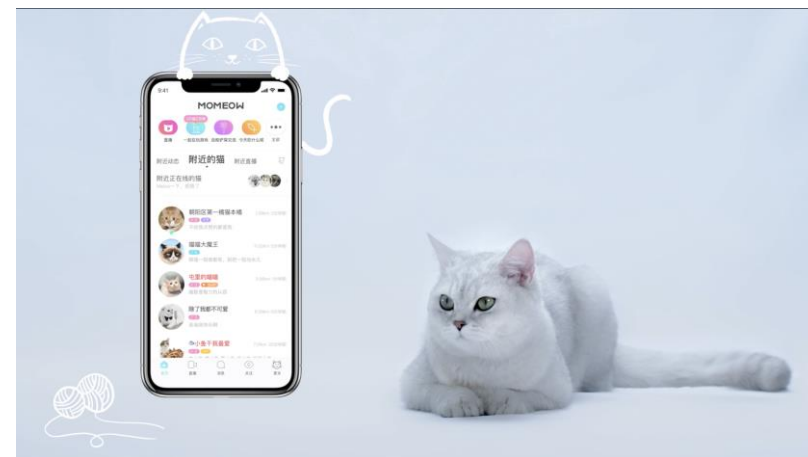
【MOMEOW】LOGO

在创意的展示上，我们分设了**四个篇章**，分别对应着【陌陌】真实社交产品的四大主要功能：**附近的人、直播、滤镜贴纸、附近的群组**。

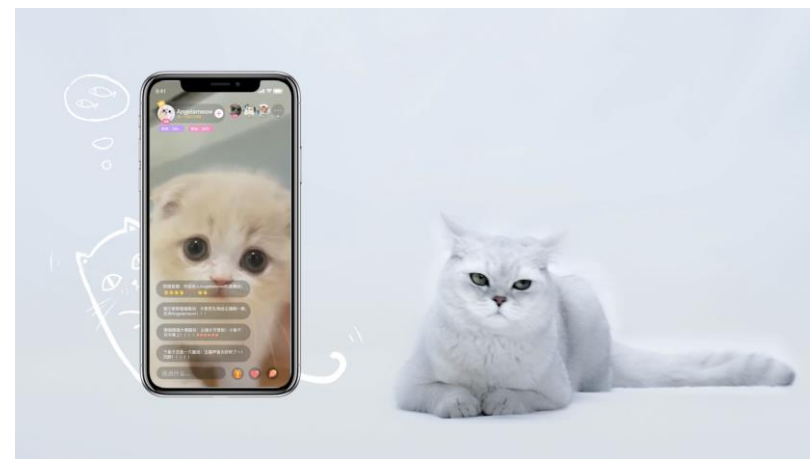
通过猫咪外表呆萌内心爱吐槽的对比冲突，展示了在不同场景下猫咪的心理活动，配以**日式清新画风**，以及卡通猫咪素材，在带出该虚拟产品的同时，也介绍了陌陌本身的产品功能，使用户重塑对陌陌的印象，加深记忆。



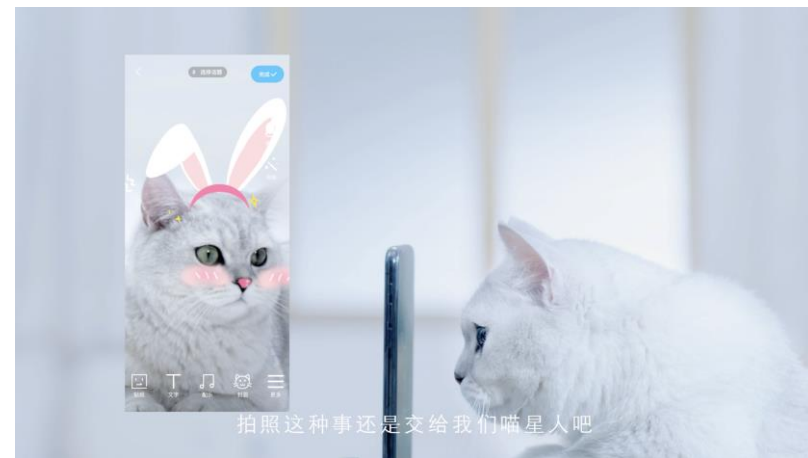
第一篇章：——“附近的猫”：比起主人的离情依依，猫其实更在乎有多少只猫在自己附近



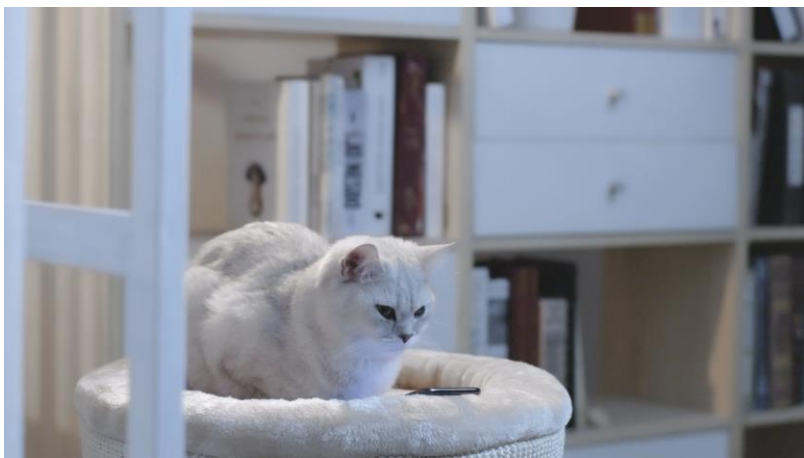
第二篇章——“直播”：比起主人的脸，猫其实更想看可爱的猫咪



第三篇章——“贴纸”：比起主人的拍照技术，猫其实更懂要怎么拍才能正中萌点



第四篇章——“群组”：比起独占领地，猫其实更想和有趣的灵魂一起晒太阳



在虚拟产品MOMEOW的产品界面上，也**1:1还原**了陌陌本身产品的界面。

且在其中埋了一些年轻人群体热议的**互联网梗**，融入圈层。

在四个篇章结束后，我们预埋了**彩蛋**，为TVC中的主角猫在陌陌上设置了真实的账号，吸引网友前去添加，进行导流。

我们还设置了**安卓手机应用市场的关键词搜索**，只要输入“陌喵”即可跳出陌陌的产品页面，完成了实时导流。



4 效果&反馈



来自留守猫咪的血泪控诉，听完主人决定用这个让猫咪告别寂寞！

大爱猫咪控 4月1日

现如今，许多人都都会养一只猫陪伴自己。下班回家后有小宝贝可以亲亲抱抱，日子过得美滋滋。可是猫咪们也是和主人一样感到幸福吗？



猫哥还注意到，其中有3位受访喵都表示使用了一款叫做陌喵的app，才从寂寞的时光里找回快乐。那么这是一款怎样的神奇软件呢？

经过猫哥的调查，原来这是**陌陌科技**为解人类和猫咪的燃眉之急，上线了**宇宙首款猫咪社交app——陌喵！**猫哥觉得好奇就下载来看看，发现看猫咪直播、拍美照、玩群组，更可以查看附近的喵！功能简直不比人类玩的社交软件差，这下再也不用担心主子在家无聊了。

使用**陌喵**app，有效**缓解留守猫咪的孤独难题**！各大应用市场均可下载喔~ 还不快快下载安装起来！

阅读 9.0万

在看 312

在投放时，深谙互联网传播之道的牙仙也没有选择常规的

“愚人节传播路径” 由官方发声配合幽默搞笑KOL进行加热，而是选择**更为垂直的萌宠类KOL进行投放，以小博大**

“愚人”效果也是非常显著，不少网友纷纷开始寻找起这个叫做“陌喵”的APP。

 可乐必须零度 🍷: 我信以为真去搜了..... [评论配图](#)

4月1日 12:07 [回复](#) | [49](#)

玛丽下山了 🍷: 可以以试试去安卓市场搜索看看🐱🐱
4月1日 14:04 [回复](#) | [赞](#)

NoirFleurir: 原来不是陌喵app的推广...吗
4月1日 12:27 [回复](#) | [3](#)

共7条回复

 CV-风允之 🍷: 最近配的最有趣的工作之一，喵星人的上帝视角好好笑哦
4月1日 14:14 [投诉](#) | [屏蔽](#) | [回复](#) | [17](#)

 木罩言子儿: 这广告，猝不及防啊🤔🤔🤔
4月1日 12:16 [回复](#) | [5](#)

 江宸是宝贝: 好可爱
4月1日 12:48 [回复](#) | [1](#)

 我的灵魂空无一物 🐼: 外表是少女内心是抠脚大汉的喵?🤔
4月1日 12:04 [回复](#) | [5](#)

Maylynnnn V 🍷: 形象欺骗 我也经常口误管我家公猫叫小公主🐱🐱🐱
4月1日 12:09 [回复](#) | [赞](#)

 你不腐我不服 🍷: 本来我想说不是猫的我都想下载这软件，但是看完评语我觉得...我还是先多品味品味这个广告吧🤔🤔🤔
4月1日 14:21 [回复](#) | [1](#)

 Ysq ★: 我也信以为真了哈哈哈哈哈哈
4月1日 12:24 [回复](#) | [5](#)

 铜锣烧悠 🍷: 咳咳，最大的猫咪交友软件🐱
4月1日 15:54 [回复](#) | [1](#)

@猪蹄蹄小朋友

@朱萧木

@谷大白话



更有知名微博大V及企业大佬自发表示对此次愚人节TVC的认可与喜爱

此次传播精准地把握住了“愚人节”节点的特殊性,用**“真广告”推广“假产品”**,让**“假产品”带动“真品牌”**,以“假戏真做”的手法来实现营销目的。

通过对于年轻人“慕猫”心理的挖掘,以“猫咪社交产品”这一理念作为宣传点,通过拍摄极具趣味性的TVC来对“陌喵”这一虚拟产品其进行传播。

TVC在吸引年轻人群体关注的同时,巧妙植入陌陌产品的功能介绍,从而加深潜在用户群体对于陌陌品牌和产品的记忆。除此之外,还通过在陌陌开设TVC主角猫账户、购买安卓APP商店关键词等“埋梗”手段来完成引流,让用户真正从“心动”到“行动”,也**大大提升了陌陌在年轻人心目中的认知度**。