

新浪营销·万物新生

- ◆ 广告主：新浪
- ◆ 所属行业：媒体/互联网
- ◆ 执行时间：2019.01.10-02.20
- ◆ 参选类别：内容营销类

项目背景

新世代下 媒体公司如何破局营销

作为互联网媒体的领军者，新浪营销在营销界也玩的风生水起，不管是新浪的营销生态体系，战略布局，创意玩法还是成功案例，我们都做的很好。以往，我们更多都是通过H5或者案例视频，聚焦某个案例，来彰显新浪营销的专业实力。如今，我们需要推出一个官宣视频，从更宏大的视角，来阐述新浪营销。

项目目标

重塑新浪营销 形象

新浪是什么
新形势下新浪营销是什么
媒体公司如何驱动营销的持续变革
.....
通过一支视频
我们要回答这些问题

**在行业内树立新浪营销专业权威形象
在全网输出新浪营销的制胜法宝**

创意策略

新世代 万物新生

紧扣新世代时代变革，新浪营销从科技化、年轻化、全球化三个角度来进行拆解，让每一个营销动作都能为品牌发声。

有的人说消费升级，有的人说消费降级，不管怎样，我们说出的环境正在变的越来越多元，消费者的注意力越来越分散。

在消费人群细分，场景多变，需求个性化的时代，新浪聚焦各类人群，发力多维场景，助力品牌打造有温度的营销，和这个时代建立强链接。



以新浪头条报为主，
整合微博微信等
自媒体资源，
进行精准传播。



12410000+

新浪视频播放量：1241万次



立足于消费新生态，从营销角度，提出新浪应对消费升级下的营销战略，从科技化、年轻化和全球化发力，梳理整合新浪各大营销项目和栏目，持续为品牌赋能。



好评+