

抖音原创音乐项目传播

- ◆ **广告主**：字节跳动
- ◆ **所属行业**：短视频
- ◆ **执行时间**：2018.12.20-2019.01.20
- ◆ **参选类别**：短视频营销类

抖音希望打造2019年首张能见度爆表的原创音乐专辑。希望可以触动用户情绪，提升品牌认知，并结合现有资源让抖音与音乐建立强关联。于是我们从内容出发，深耕大众节点，在2018-2019年交替之际，围绕节点性话题和氛围做传播，密集释放外围素材，强化专辑的社交话题性。并针对1月9日专辑首发的节点考虑，决定了1月9-11日的渠道密集投放，保证这个时间点对新专辑进行高密度曝光。思路上，重点做聚焦；操作上，集中推亮点。

品牌层：希望引起网友关注，增强抖音品牌与音乐领域关联性认知

产品层：告知大众抖音发布原创音乐唱片，并引发大众试听、下载、购买意向

结合抖音自有属性，打造与传统音乐分发的区隔。

- 目前面临的挑战和困境:

传播周期短、公众认知度低、部分社交端屏蔽

因为抖音是第一次发行原创音乐专辑，没有发行专辑的基因和优势，但抖音经常有推红爆款歌曲的优秀案例，如周笔畅的《最美的期待》以及王力宏的《南京南京》。因此建议推专辑，先推单曲，通过一首歌带出新专辑。

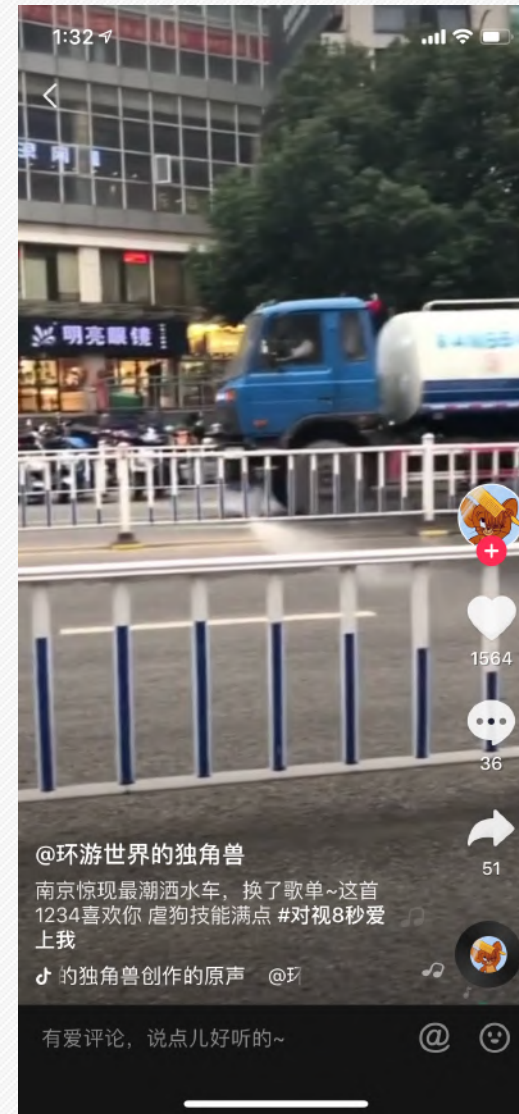
- 整个案例的核心策略

以事件话题为核心，激活圈层联动引发品牌全方位渗透。内容上、渠道上多维度辐射，突破圈层和壁垒。大环境上对娱乐业对短视频，甚至是对抖音的监测和管控越来越严格，所以有很多话术和事件不能做。小环境上一些主要传播渠道对抖音存在屏蔽。所以此次传播活动采取了“广撒网”的战术。

- 案例的最大亮点:
 1. 推出站内活动#对视8秒爱上我#，进行#8秒安利你的偶像#话题炒作
 2. 融入生活场景，推出洒水车神曲，打造“新歌无处不在”的大众观感
 3. 内外渠道全面运用，多话题全方位为专辑造势
 4. 联动快闪店传播，打造线下亮点事件，并推出站内活动#爱抖制作人#

1. 预热期——推出主打歌，#对视8秒爱上我#最大程度调动大众关注

- 发起#对视8秒爱上我#站内挑战，打造全民8秒热，用《1234喜欢你》作为bgm，用户制作相关趣味视频，自发传播。
- 联动12+明星粉丝团，获数百万级别曝光量。靠粉丝突围微博端屏蔽僵局，从站内玩转到站外。
- 打造“万物皆可1234”，短期内密集爆发。用甜蜜的主打歌和反差感画面做搭配，加深大众对歌曲的印象。
- 另类出圈，从音乐圈的行业事件变成社会看点。从街头常见洒水车入手，打造“新歌无处不在”的大众观感。



2. 爆发期——推出专辑，伴随专辑上线，开启大规模多维度的高密度传播

- 花式盘点歌词，歌曲专辑艺人信息自然曝光，用户自发讨论，新歌新专辑逐渐走进大众视野。
- 通过物料文案不断强化专辑信息，契合年底氛围制造舆论，引导大众试听了解新专辑。
- 针对目标年轻用户，深度结合专辑新歌。以年轻人对未知命运的好奇与期待感，结合所有专辑新歌推出新年歌签，专辑信息高度曝光。
- 针对微信端用户，最大力度实现H5触达。在微信稿件末尾衔接H5，为H5及新专辑引流，以职场环境为依托让专辑新歌高度曝光。



Top
Mobile
Awards

媒介&执行



3. 长尾期——推出快闪店，预埋亮点事件，突破线下的圈层

- 邀请多位网红打卡拍照，分享到各大社交网络（抖音，微博，微信，小红书，美图社区等），狂聚人气。
- 邀请三大KOL，现场分享精美图集，收获粉丝好评，以此借助流量捆绑专辑。
- 小学生freestyle和歌手互动引爆现场，助燃歌曲+专辑，带动大众参与互动，为线下快闪店和专辑引流。
- 大部分热门微博均自发为本次传播账号发布内容，深度捆绑明星，借助明星热度为活动引流，以粉丝力量辐射大众。
- 线下联动线上，发起站内挑战赛#爱抖制作人#活动，引发全民制作MV，一起成为#爱抖制作人#。



Top
Mobile
Awards

媒介&执行



- **媒介应用的优化与组合**

1. 粉丝运营，实现破圈

联动数家粉丝团，带主打歌安利爱豆，突破微博屏蔽僵局，玩转站内站外。

2. 脑洞大开，多角度迸发创意

通过#对视8秒爱上我#系列创意推主打歌，打造洒水车换歌单等事件另类出圈；对专辑歌曲进行花式创意包装，吸引大众关注到专辑和歌曲本身；线下快闪店预埋亮点，为整体活动造势。

3. 传播渠道多元、维度多元、实现精准投放

积极调动站内资源，合理运用微博微信，同步拓展小红书、美图社区、朋友圈等资源渠道，努力实现人群精准触达。

抖音

1. #对视8秒爱上我#挑战赛播放量——9亿
2. #爱抖制作人#挑战赛播放量——1.8亿

微博

1. 47个微博KOL齐站台，覆盖音乐、段子手、大众热门、娱乐、新闻蓝V、视频等各领域。
2. 总计覆盖人群达3亿+，总曝光量达4800万，引发讨论9W+。
3. 引发行生活话题#对视8秒爱上我#和#小学生freestyle#，总计话题阅读量390w+，互动量7600+。

粉丝团

联动12+粉丝团助力传播，百万级别流量曝光，站内站外主动用主打歌制作视频，为爱豆打call。

微信

8大微信KOL强势发声，覆盖段子手、音乐、大众情感、娱乐、广告营销等类型，助专辑圈层破壁，总阅读量约40w，10W+优质稿件助力传播。