

“网易云音乐+短视频” 以多样化创意引爆年轻增长力

- ◆ **品牌名称:** 网易云音乐
- ◆ **所属行业:** 网服行业
- ◆ **执行时间:** 2020.01.19-09.01
- ◆ **参选类别:** 效果类-效果广告

营销背景



行业

2020年，数字音乐市场加速发展，线上流量争夺加剧，各家音乐APP不断丰富产品功能，**加速争夺用户和市场份额**，希望在整个音乐行业的发展中占据主动

竞品

与飞速发展伴随而来的是激烈的竞争，QQ音乐、酷我音乐、酷狗音乐占据市场前列，**网易云音乐希望实现市场突破**，进一步强化自身市场地位，迫切需要通过实现用户增长

用户

数字音乐主要用户不断年轻化，**Z世代**对于音乐的消费需求逐渐多元化细分化，音乐从休闲娱乐选择变成了重要的生活方式，这也对满足用户需求提出了新的挑战

营销目标

战略目标

提升网易云音乐的市场占有率，
维持品牌形象的同时
搭建科学高效的成长体系



战术目标

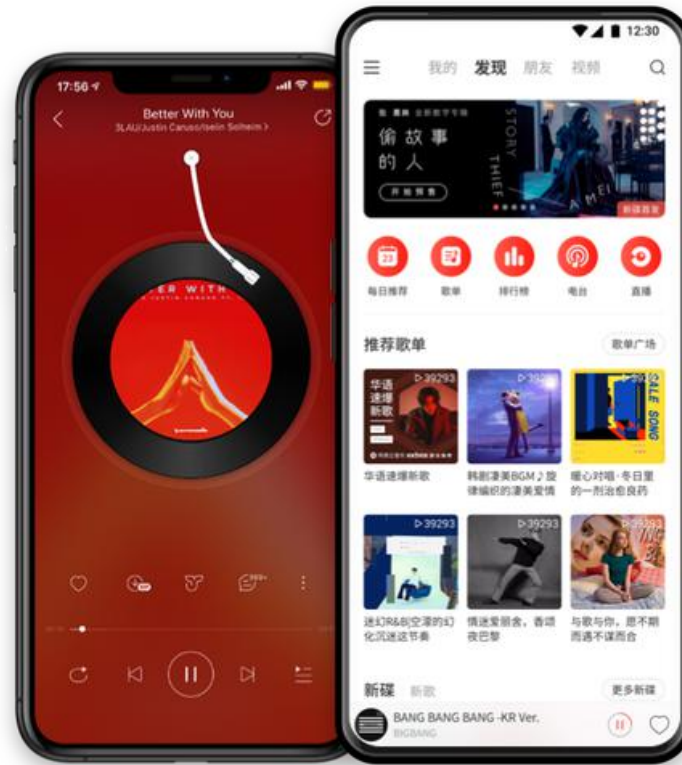
高效实现用户增长，
找到核心的音乐目标人群的同时
满足新用户成本和次日留存要求

营销挑战



媒体渠道挑战

- 媒体渠道分散，各个媒体的流量组成日益复杂
- 主流用户特点差异化明显，如何在不同渠道制定针对性的增长策略成为摆在客户面前的难题



用户需求挑战

- 用户对于音乐的需求不断细分，在歌曲风格、歌手类型、听歌识曲、社交互动等方面的差异化需求愈发明显
- 如何精准实现用户触达和高效的转化

营销洞察



以**多样化**创意全面覆盖**年轻**用户音乐消费场景，
挖掘短视频潜力打造**用户增长引擎**



媒介规划

针对抖音、快手的人群特征和内容差异，制定针对性的投放规划



投放节奏

贴近年轻一代用户生活场景和媒介偏好，合理把控投放节奏



创意素材

以多样化创意全面覆盖目标用户细分偏好，实现深度用户沟通和高效转化



运营优化

打造高效模型，精准锁定目标人群，精细化运营提升创意质量，实现全面增长

亮点总结：创意、媒介高效组合，打造亮眼增长成绩



增长高效性 |

精准触达年轻一代音乐需求人群，帮助网易云音乐在短短半年时间实现千万级优质用户增长，成功帮助网易云音乐APP登顶IOS应用商店免费榜第一名，同时在多个安卓应用商店也实现了市场突破

创意多样性 |

充分挖掘产品利益点和用户需求场景，对素材类型和创意方向的延展与组合，创作5000+短视频创意素材，充分覆盖了各类休闲娱乐、音乐潮流、歌单风格、节日星座、萌宠萌娃等创意方向

媒介创新性 |

深刻洞察短视频媒体的独特优势，充分结合在线音乐APP的推广需求，不但丰富了短视频平台的客户生态，也为在线音乐开辟了短视频的增长营销模式

STEP1媒介规划:



抖音流量特点

年轻人浓度高,
一二线 (含新一线) 用户高达40%,
4成用户日均使用30分钟以上

抖音投放策略

人群方向: 主打一二线年轻Z世代用户
创意方向: 以潮酷、动漫、游戏素材为主



快手流量特点

“小镇青年” 占比高,
35岁以下年轻用户高达79%,
老铁社区贴近生活

快手投放策略

人群方向: 主打小镇青年
创意方向: 幽默、生活、影视、小姐姐素材为主

STEP2投放节奏：紧贴年轻用户场景，实现全面触达



强化音乐与节假日、星座、热播影视等因素的关联性，提升投放效果

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
节假日 抢流量	情人节				母亲节	儿童节		暑假	
	<p>优先投放情歌素材，活用情侣元素，强推一起听功能</p> <p>《雨爱》、《在一起嘛好不好》、《十分喜欢》等</p>				<p>优先投放温情素材，营造母爱氛围，强推社区评论互动</p> <p>《MOM》、《爸爸妈妈》、《真的爱你》等</p>	<p>优先投放怀旧素材，勾起童年回忆，突出超全曲库</p> <p>《黑猫警长》、《猪猪侠》、《喜羊羊》等</p>		<p>优先投放假日素材，突出夏季休闲元素，引起年轻用户共鸣</p> <p>《回到夏天》、《夏天的风》、《Summer》等</p>	
蹭热点 抢流量			歌手·当打之年				中国新说唱2020		
			<p>围绕拥有独家版权的热门音乐类综艺，产出素材，强调新歌热歌资源全，强推听歌识曲等功能</p> <p>《达拉崩吧》、《好像爱这个世界啊》、《RAPSTAR》等</p>						
其他 节点	逢星座投放星座相关素材，“为射手座写的的十首情歌”、“把这首歌送给身边的狮子座”等								
	灵活设计素材创意，展现契合多种生活场景的歌单，“健身神曲全收录”“熬夜学习必备歌单”“暑假自学BGM”等								

STEP3素材创意方向：抓住年轻用户对音乐产品功能的需求和音乐偏好

精准选曲，满足音乐偏好

- ✓ 热门音乐APP热歌Top 30
- ✓ 抖音快手流行配乐Top 10
- ✓ 高年轻浓度平台（B站、芒果TV等）的热门动漫、综艺影视剧的主题曲

直击用户需求，突出产品卖点

- ✓ 曲库齐全 – 拯救歌荒
- ✓ 一起听 – 解救异地恋
- ✓ 听歌识曲 – 秒变K歌王
- ✓ 歌单丰富 – 聚焦潮流热点
- ✓ 社区互动 – 和孤独说再见
- ✓ 线上演唱会 – 云追星不是梦

创意素材：抓住年轻用户生活场景，强化创意关联性



结合母亲节、父亲节热点
剪辑动漫场景，戳中用户泪点

<https://v.qq.com/x/page/c3148bto1l3.html>



情人节、七夕节点
主推一起听功能，解救异地恋

<https://v.qq.com/x/page/n3148xtcqiz.html>



慵懒夏日/暑假素材
满满的关于空调、冰淇淋、冲浪、假期作业的夏日回忆

<https://v.qq.com/x/page/h3148gkzmgm.html>



毕业季素材
针对年轻学生群体，利用校园生活相关素材吸引用户转化

<https://v.qq.com/x/page/s3148r76yly.html>

创意素材：抖音素材注重节奏感，侧重潮酷、萌宠、二次元风格



青春风音乐+篮球场景
致敬科比，主打年轻男性用户



踩点音乐+街头架子鼓表演
一秒钟进入节奏，嗨起来



文艺风音乐+萌萌喵星人
让音乐成为生活的解药



二次元动漫混剪
营造凄美氛围，勾起用户情绪

创意素材：快手更加贴近生活，侧重搞笑、解压、影视类素材



多种声音+多种场景混剪
展现多变风格，吸引用户下载



搞笑情景剧+听歌识曲功能
“找不到女友想听的歌会这样”



网易云热评+解压视频
音乐为你舒缓每种小情绪

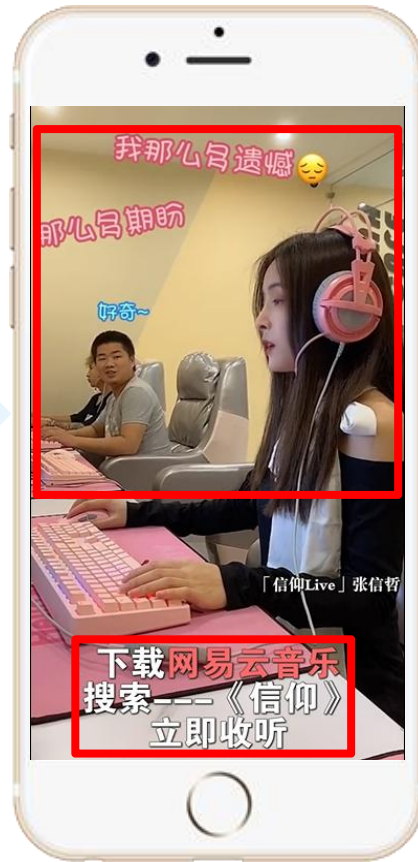


热门新歌+经典名场面
新老搭配，打动用户转化

创意素材：注重创意素材连贯性，突出品牌背书，促进用户行动



悬念封面吸引用户好奇



趣味场景和高光副歌吸引转化

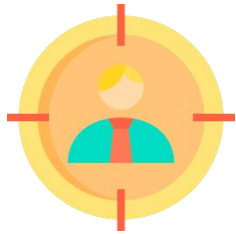


突出讲解产品利益点



品牌背书和动态按钮促进行动

定向组合优化：精准定向目标人群，精细化测试，打造优质增长模型

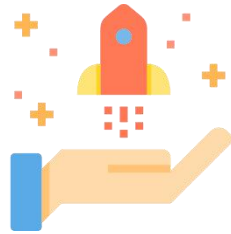


坚持优质基础定向不动摇

性别：男性/女性/男女不限

年龄：18岁以下/18-25岁/不限

地域：一二线/三线及以下/不限



音乐相关人群包组合

音乐网红/账号粉丝人群包

动漫/游戏人群包

舞蹈/街舞类人群包

竞品音乐APP人群包

影视、追星人群



低效人群排除定向

当月已下载人群

当前已安装人群

广告多次触达无效人群

创意素材优化：精细化调整创意元素，打造爆款素材



歌曲MV封面
封面缺少对用户的吸引力，与用户的关联性弱

封面点击率
提升11%+



悬念封面
强化与用户的关联性，勾起用户的好奇心，提升点击率



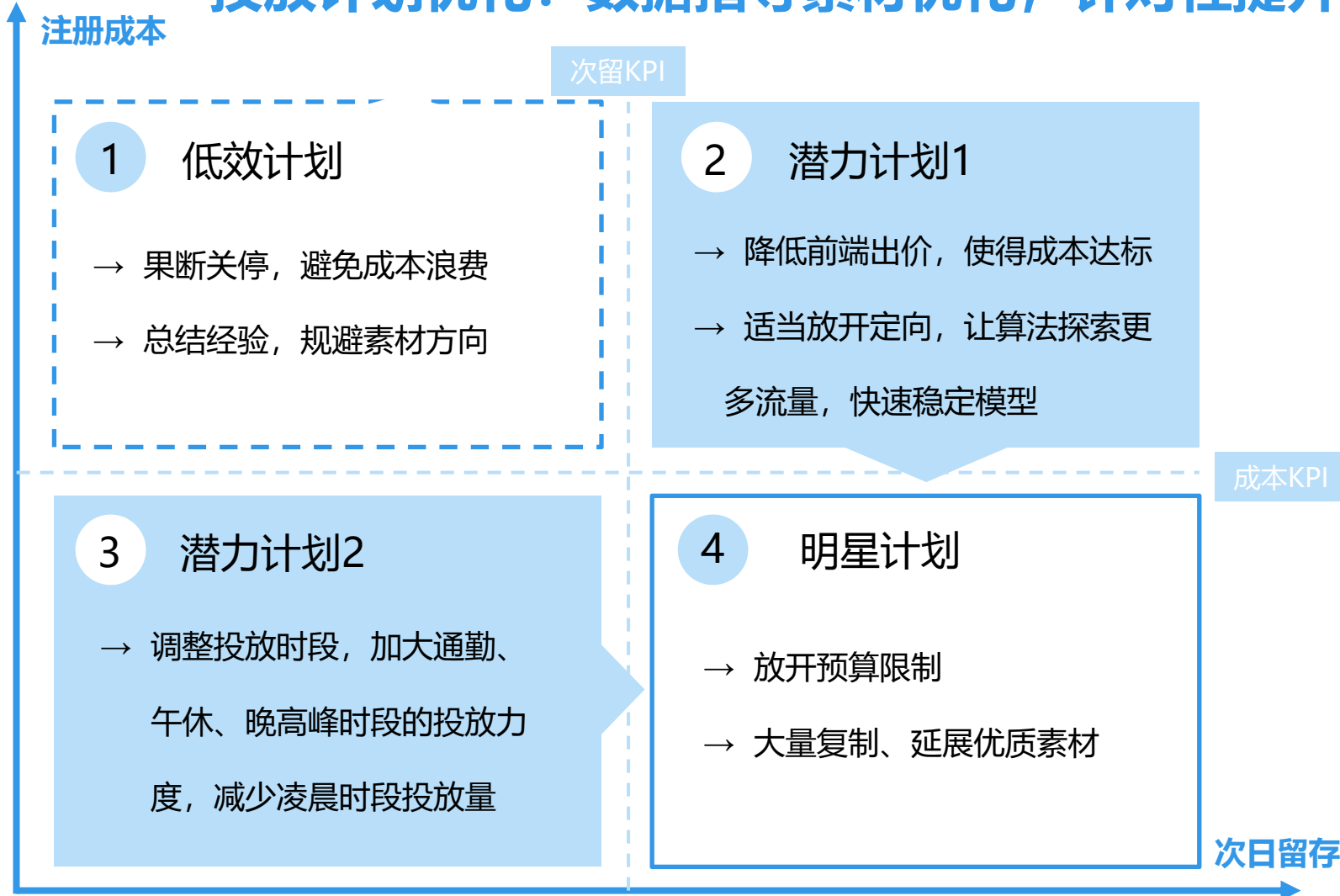
常规落版
落版引导缺乏品牌背书
落版引导缺少符号和感召力

下载转化率
提升7%+



优化后落版
展现品牌Logo强化用户信任
醒目动态的箭头指引促进转化

投放计划优化：数据指导素材优化，针对性提升创意计划的质量



四象限优化节奏

- 初期，明星计划占总计划30%左右，总计划数在1000条左右
- 优化至九月，计划数提升至7000+，明星计划提升至50%左右
- 低效计划占比不断降低至15%左右，账户结构稳定

营销效果：千万级用户增长，助力APP下载榜登顶

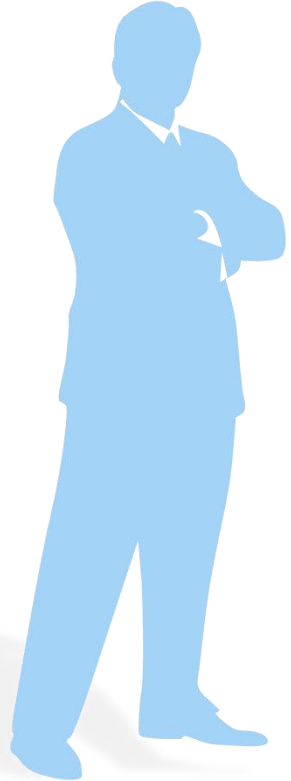
迅速帮助客户实现了在两大短视频渠道的营销布局，打造了
高效的短视频增长引擎

用户获取成本和留存质量均超出客户期待，帮助客户实现了
千万级的用户增长

帮助网易云音乐APP在IOS应用商店
音乐免费排行榜
登顶第一名
同时在多个安卓应用商店也实现了
市场突破

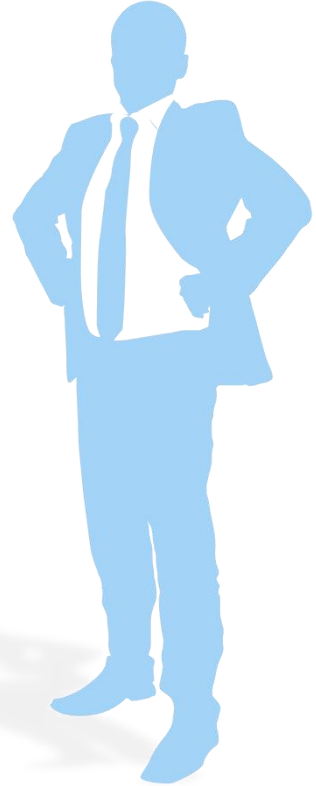
反馈：树立“音乐+短视频”行业增长标杆

客户评价



短视频作为新兴的流量红利平台，具备广泛的年轻用户群体，已经从媒体形式变成了生活方式，从单一渠道变成了用户沟通互动的阵地。“短视频+音乐”为我们打开了更多的增长想象空间，让每一个与音乐有关的瞬间都能通过短视频的形式与用户形成深度沟通，成为了高效的^{用户}增长引擎。

媒体评价



数字音乐市场空间广阔，网易云音乐有效抓住了年轻用户喜好，通过丰富多样的短视频创意方向和大量的创意素材，实现了广泛的用户覆盖和高效的^{用户}转化，也为数字音乐行业树立了^{用户}增长标杆。