

大优广告



- ◆ 微信公众平台: uboat大优
- ◆ 参选类别: 年度最具创新力移动营销公司



为企业锻造偶像品牌

挖掘品牌号召力和影响力

一体化打通品牌战略-品牌传播-销售转化-用户运营各个关键节点

实现品牌与产品的双向突围



优秀资质，实力之选

公司简介



广州4A会员单位

连续三年获得广州 4A 干货大会十佳案例



高露洁全球唯一创新合作伙伴



宝洁校友会创投基金理事单位



虎啸奖

营销综合 铜奖
营销综合 铜奖
营销综合 优秀奖
整合营销类 铜奖
视频营销类 优秀奖
内容营销类 优秀奖



艾奇奖

内容营销类 入围
内容营销类 入围



金投赏

品牌设计服务 提名
KOL&明星项目 提名



金鼠标

视频内容营销 铜奖



金梧奖

内容营销类 金奖
IP营销类 银奖
内容营销类 银奖
整合营销类、银奖



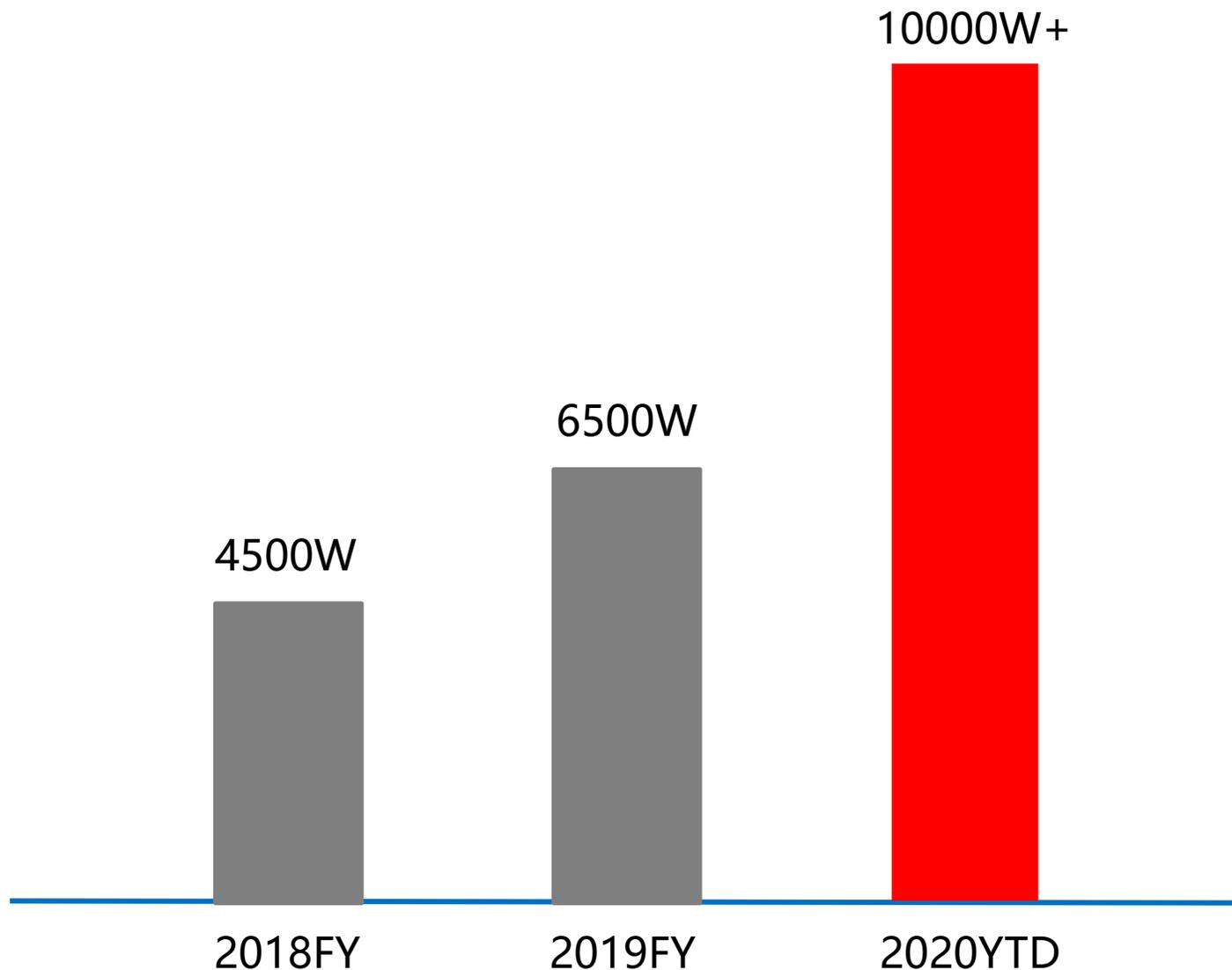
艾菲奖

整合营销类 入围奖



4A干货大会

2020广州4A干货大会
十佳案例



文化赋能品牌，用户共创产品，流量助推销售，社交构建生态





顶级智库洞察商业机会，赋能品牌

核心优势

法国索邦大学
地理文化博士
研究中心

胡润
研究院

u boat[®]
U-boat Communication Company, Ltd.

大优文化研究院

暨南大学
品牌战略研
究中心

快决测

中产家庭文化研究

母婴人群文化研究

大学生亚文化研究

高净值人群文化研究

小镇青年文化研究

文化洞察
偶像品牌塑造
文化资源赋能
原生内容开发
超级用户营销
IP跨界/内容种草
社会化传播

品牌战略
与内容营销

最佳融合

全域数字营销
与流量运营

社媒大数据平台
社交电商
KOL采买
品销合一/流量变现
他域流量置换
社交裂变/私域运营
全域流量生态布局

找准「企业微信」商战制胜手

首次
提出



企业微信不只是办公软件

更是 **拓客工具**

工作高效 拓客有道

主题阐释：对于广大企业主而言，企业微信是一款与众不同的移动办公软件，因为它一方面拥有强大的内部管理系统，如视频会议、在线文档协作等普通移动办公软件都具备的功能，能够帮助企业内部运转更加高效，节省消耗；另一方面它拥有钉钉们所不具备的拓客功能，因为它背靠微信 11 亿用户生态圈，且本身具备了将其转化、变现的功能，如添加微信好友、直播、导流小程序电商等。



人气梗王-李诞

人气谐星、知名编剧、作家、笑果文化创始人之一
代表作品《吐槽大会》、《奇葩说》、《脱口秀大会》.....



#李诞脱口秀大会#
14.1万讨论 410.1万阅读



#李诞对张艺兴的吐槽好狠#
10.7万讨论 6.9亿阅读



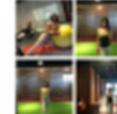
#李诞靠脸吃饭#
“宁可不和吴彦祖睡，也要和李诞”
6.1万讨论 1079.3万阅读



#李诞结婚#
李诞在综艺节目《奇遇人生》中自曝在前
14万讨论 4.7亿阅读



#王建国说成功不靠李诞#
王建国@死胖子王建国 今晚这期脱口秀大会
1.2万讨论 2.3亿阅读



#李诞后悔#
11.1万讨论 979.5万阅读



#李诞的狗被鄙视#
5.8万讨论 449.4万阅读



#李诞婚纱照#
看惯了传统婚纱照，李诞这组
7.9万讨论 2764.1万阅读



#李诞 脱口秀式辩论#
15.1万讨论 3.2亿阅读

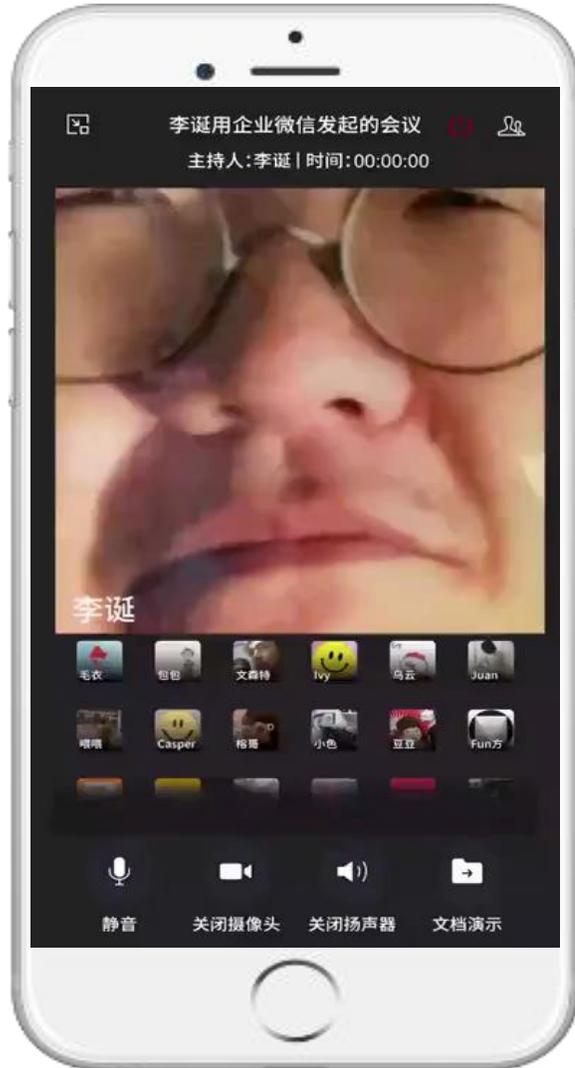


#李诞用企业微信卖手机壳#

地球人都知道「李诞手机壳」
卖得不好，

「企业微信」直播试卖，
功能植入天衣无缝

创意呈现
(可点击播放)



竖屏形式-符合5G时代用户习惯

真实感-视频会议、看直播直接代入

娱乐性-李诞段子手本色出演不尬聊

全网总曝光量**2.3亿**

李诞微博总阅读量达**1.2亿**，总互动量为**79815**

李诞抖音播放量为**959,000** 笑果系微博矩阵总阅读数为**73000**

泛娱乐微博KOL矩阵总阅读量达**8,107,258**，总互动量为**25912**

#李诞全网找人连麦#，#企业微信能加微信#话题总阅读量合计**2.4亿**

98.19%用户喜欢这个创意，**2W+**用户加爆李诞企微账号

BIG IDEA

今年父亲节，由妈妈对爸爸说——

谢谢你，不完美的爸爸

也许在妈妈和孩子的心里，爸爸并不完美
但是爸爸的每一份真心和努力依然值得被认可
通过父亲节不同阶段的爸爸的内心独白
引发目标人群对所有好爸爸（老公）的致敬与感谢

不同圈层名人合体，撬动跨圈层关注
人物形象与好爸爸品牌形象高度契合

体育圈
亚洲飞人

苏炳添

音乐圈
国家青年演唱家

王晰

演艺圈
国民好爸爸

黄磊

以不完美的爸爸形象和自身人设形成反差 点破各年龄层不爸爸的困惑



我是爸爸 今年1岁

新手奶爸，**今年1岁**
征服过无数赛道的冠军，
对于孩子的哭闹，
感到紧张



我是爸爸 今年3岁

进阶爸爸，**今年3岁**
用歌声感动世界，
却无法让女儿安心入眠，
感到无助



我是爸爸 今年13岁

资深爸爸，**今年13岁**
演过无数走心角色，
却走不进孩子心门，
感到不安





歌唱家孤单的哄娃舞台



世界冠军和奶瓶的追逐



爸爸穿越孩子心门的道路

运动员: 苏炳添

我知道

全网整体曝光量达 **4.2亿+**

#不完美的爸爸#热门微博话题阅读 **2.8亿+**

微博超级粉丝通曝光量近 **2000万**

《不完美的爸爸》视频播放量 **3000万+**

四屏联投总曝光量 **2360万+**

垂直平台辣妈帮信息流曝光量 **1100万+**

传播ROI **1:13**, 创造 **6400万** 广告价值



Task
传播任务

无穷食品：50 万预算置换 5 个亿曝光

Insight

目标消费者洞察：游戏玩家

每个年轻人都有一个王者梦，蓄势待发，
渴望在自己热爱的世界里得到肯定

UBO

品牌价值利益

无穷食品只做优质肉类零食，为身与心提供
充足的能量补给，让你做自己的王者

Core Idea

传播主题

#无穷给王者加鸡腿#



Top Mobile Awards

巧用游戏综艺 IP 尖刀，切入年轻人群市场 年度表现



强势赞助腾讯视频×王者荣耀独家综艺IP，深度链接2.5亿游戏玩家





1.2亿 鸡鹅大战大事件曝光

260万 玩家在线围观

决战2小时收割 525万 曝光

整体曝光量达**4.75亿+**

其中传播曝光量达1.25亿+

3.5亿

节目累积播放

1.2亿

斗鱼活动曝光

790万

微博主话题阅读

47万

抖音播放

300%

电商销售增长

50万赞助游戏IP 圈住5个亿游戏用户



Top
Mobile
Awards

服务的主要客户

