

多元创意助力《龙族幻想》日本破冰

- ◆ **品牌名称:** 腾讯《龙族幻想》
- ◆ **所属行业:** 游戏
- ◆ **执行时间:** 2020.03-04
- ◆ **参选类别:** 创意类

• 项目介绍

“龙族幻想”是以长篇魔幻小说《龙族》为世界观开发的MMORPG（大型在线）手游。

游戏采用UE4引擎技术，打造出华丽的场景、细致的人物外形、逼真的天气系统及丰富的环境。



[项目目标]



项目难点：

- 项目创意预算有限、时间紧迫（2周素材制作时间）；
- 60%日本游戏玩家比较追求个性化，圈层复杂，难以全面覆盖；
- 日本常年接受动漫文化洗礼，玩家审美要求高，对创意素材有挑战。

创意策略结论

对日本市场进行受众分层；

针对不同圈层打造“千人千面”的创意策略；

分类投放，将投放效果最大化。

创意策略分析

- 目标市场：日本
- 目标受众：18-45岁的日本玩家
- 推广渠道：Facebook, Twitter
- 推广时间：1个月

ANALYSIS 01

市场渗透率

- 日本主机游戏的活跃用户达**1028.7万**，在所有游戏用户中占比超过**30%**；
- MMORPG市场主机渗透率高达**72%**。

(数据来源：飞书iCenter数据平台)

市场机遇

将日本玩家对MMORPG游戏终端的习惯**从主机转向手游**，是机遇，也是挑战。

ANALYSIS 02

市场成熟且圈层复杂

- 日本人口仅为中国的**1/11**，却创造了将近中国**63.87%**的手游市场规模。
- 游戏种类是中国的**4倍**，日本用户游戏圈层更为复杂。(数据来源：飞书iCenter数据平台)

用户圈层

在日本游戏市场，**圈层细分**的趋势下，针对不同圈层的不同打法已成为品牌营销的关键。

ANALYSIS 03

用户要求高

- 广告点击率衰竭速度快，周平均点击率只有前三天平均点击率的**1/3**。(数据来源：飞书iCenter数据平台)
- 玩家放弃游戏的理由中，对游戏厌倦的理由排首位，有**49.8%**。(数据来源：MMD研究所)

创意难度

日本市场对广告创意要求更高，且数量需求更大，要不断**更迭广告创意**。

[创意推导过程]

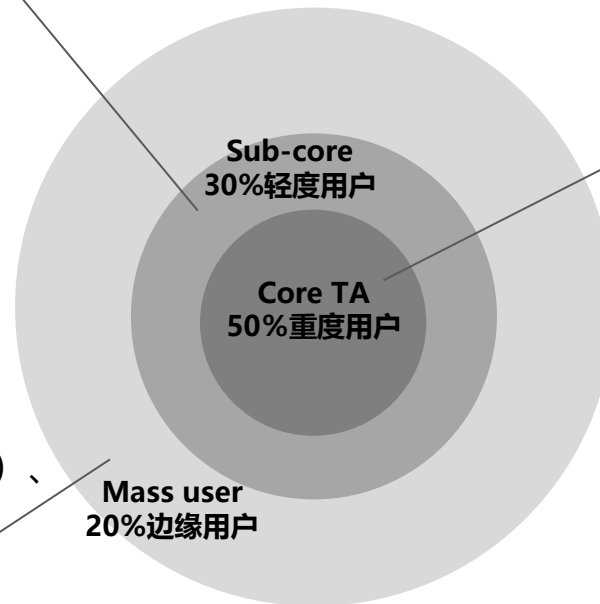
针对千人千面的需求，将目标用户定义为**重度**、**轻度**、**边缘**三个圈层，针对不同圈层个性化定制创意。

轻度

目标圈层：RPG用户、热门
游戏玩家和主机游戏玩家
创意策略：模拟人生、休闲
玩法、坐骑

边缘/宽泛

目标圈层：粉丝、二次元（ACG）、
女性向
创意策略：性感人物、偶像养成、
声优、恋爱

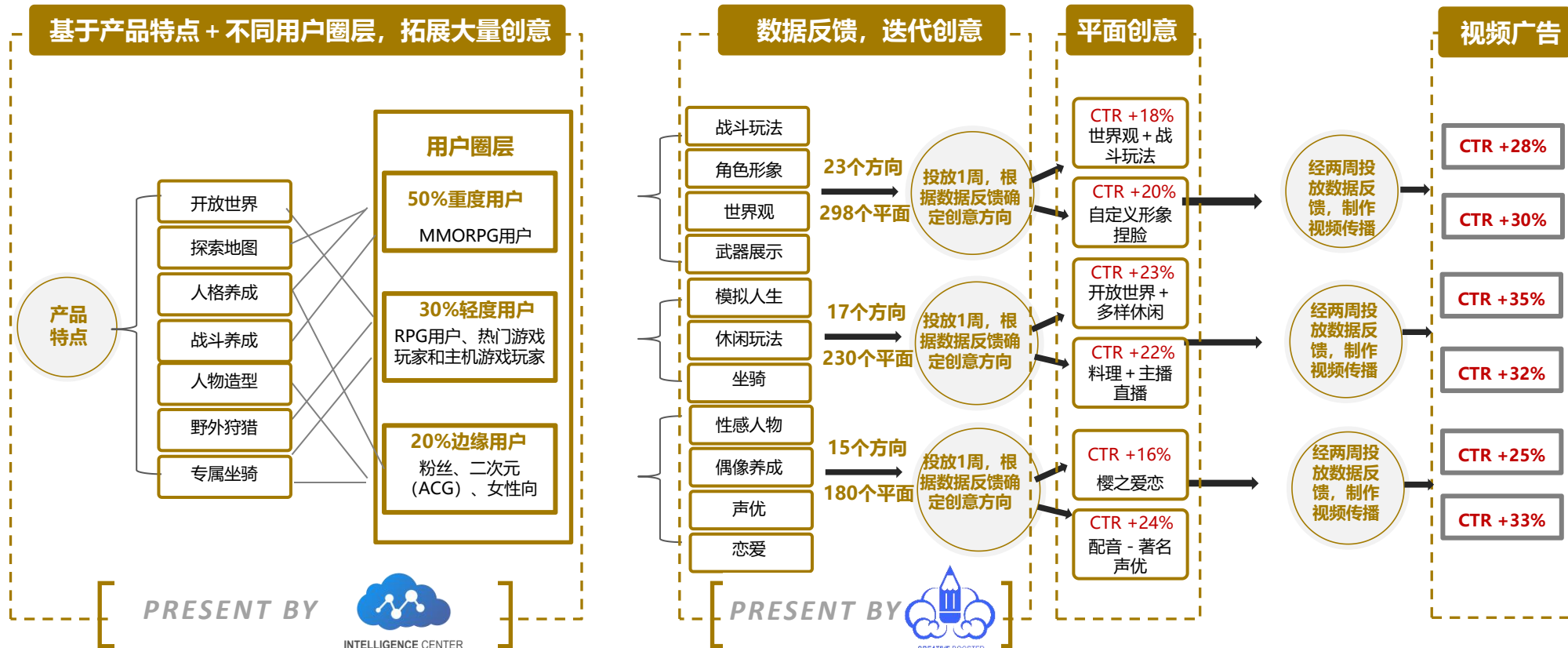


重度

目标圈层：MMORPG用户
创意策略：战斗玩法、角色形
象、世界观、武器展示

创意优化策略

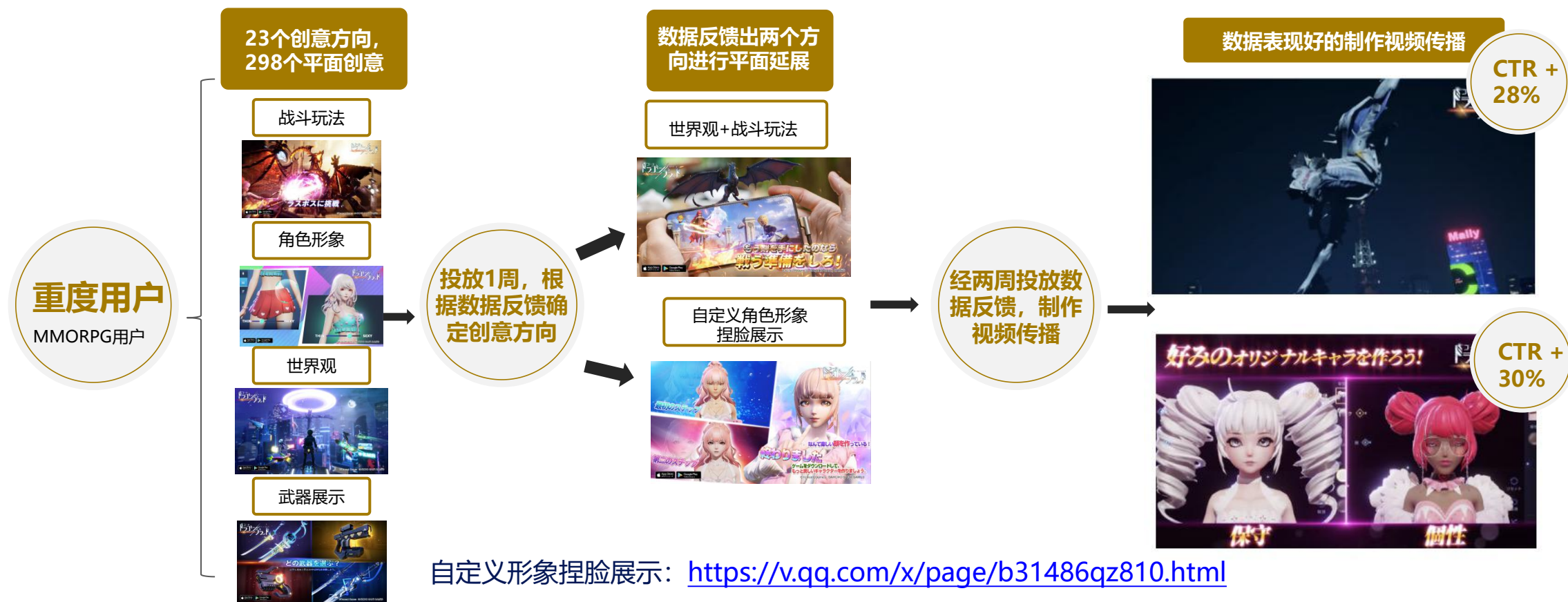
立足产品，针对不同圈层进行千人千面创意，同时通过数据驱动，迭代创意。



注：以上数据均来自飞书iCenter数据平台

针对重度用户：拓展了23个创意方向，产出了298个平面创意，30条视频

针对重度用户，即MMORPG核心玩家，拓展了战斗玩法、角色形象、世界观、武器展示等23个创意方向。其中，“世界观+战斗玩法”“自定义形象捏脸展示”投放效果最佳，制作成视频。



自定义形象捏脸展示: <https://v.qq.com/x/page/b31486qz810.html>

樱之爱恋: <https://v.qq.com/x/page/m3148f1pgkh.html>

针对轻度用户，拓展了17个创意方向，产出了230个平面创意，25条视频

针对轻度玩家，即次核心用户，拓展了模拟人生、休闲玩法、坐骑等17个创意方向。其中，“开放世界+多样休闲玩法”、“料理+主播直播”，取得了最佳投放效果，制作成视频。



世界观+战斗玩法: <https://v.qq.com/x/page/f3148sbvqy4.html>
 配音-著名声优: <https://v.qq.com/x/page/p3148ly9p2a.html>

针对边缘用户，拓展了15个创意方向，产出了180个平面创意，20条视频

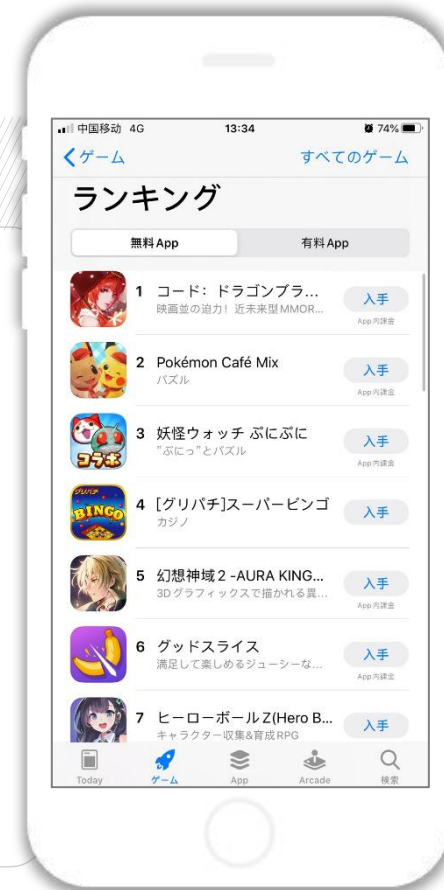
针对边缘用户，包括明星粉丝、著名声优粉丝、二次元、女性向等，拓展了声优视频、恋爱方向视频、明星方向视频等15个创意方向。其中“樱之爱恋”“配音-著名声优”取得了最佳投放效果，制作成视频。



开放世界+多样休闲玩法: <https://v.qq.com/x/page/o31489oszwq.html>
料理+主播直播: <https://v.qq.com/x/page/l31486io9uk.html>

整体投放消耗超预期100%，获得腾讯的认可与表彰

- 周末Facebook & Twitter日消耗达**20万**，CTR提升**50%**；
- 经一个月的投放，CPI下降**30%**，获得**100万**预注册人数，超预期**200%**；
- 在Facebook & Twitter的消耗已超过**100万**，超出客户原定的**50万**的预期消耗，目前双渠道还在稳定消耗中；
- 正式发布后，不到6小时，火速登顶iOS免费榜，24小时内，登上下载榜**双榜榜首**，畅销榜Top 11。





CTR 50%

不同圈层打法

日本手游市场MMORPG的潜力巨大，“龙族幻想”针对不同圈层的创意打法，有效提升CTR，达到了品效合一的营销结果



CPI 30

千人千面创意

通过“千人千面”的创意策略，消除圈层壁垒、成功“破圈”，进而渗透到更广泛的用户群体，成为“破冰”日本的关键



双榜 TOF

数据驱动迭代

结合时下创意趋势，更经由数据驱动，不断完善迭代创意和投放，使得ROI最大化。是飞书深诺实践多年的创意方法论