

# 腾讯视频VIP2020暑促营销传播项目

- ◆ **品牌名称:** 腾讯视频
- ◆ **所属行业:** 视频平台
- ◆ **执行时间:** 2020.06.16-06.21
- ◆ **参选类别:** 娱乐营销类

## 背景、初衷：

随着互联网行业的快速发展，其中互联网视频业务也一独秀，由于视频及各种终端的发展和各项法律环境的规范，网络视频以其突破传统电视时空等限制的优势迅速占有市场，腾讯视频近几年以其海量资源版权的略占有了这个市场半壁江山，然而因为受资源导向，顾客不稳定，策划主要针对顺群体中的年轻群体专业化、娱乐化、高品质的视频影音独特需求，通过有效折扣优惠营销，实现vip用户快速增加形成稳定的群体。

### 全方位曝光五折信息

绑定腾讯视频VIP暑促“限时五折优惠”的核心信息锚点进行集中传播

### 拉动会员转化&开通

结合腾讯视频VIP的优质内容拉动和刺激用户进行购买和转化

**【优质内容+限时5折优惠，打通从认知到购买的全链路】**

## 实现目标：

本次活动从6月16日至6月21日，结合暑期IP，充分利用明星资源，覆盖顶流网红多渠道多维度全方位曝光腾讯视频VIP五折信息，拉动会员转化&开通，打通从认知到购买的全链路。

利用明星流量进行扩散影响，从IP流量入手吸引用户转化成vip用户，同时网红流量制作话题，结合三种渠道多维度释放大促信息有效拉动转化，可行性较高。



## 面对困境，项目受众分析：

vip用户与非vip用户的需求不同，非vip用户在想跳过广告、节省时间；看更多资源：享受更多经典视频；抢先看热播片；享受更好的画质和音效；想看独家综艺、自制剧、动漫；想观看演唱会、体育赛事直播等情况下会想要成为vip用户，因此在非vip用户观看视频诸多不便时，视频vip折扣合理且宣传到位的情况下，将非vip用户转化为vip用户的可能性是非常大的。

## 核心策略：

全方位曝光五折信息，拉动会员转化和开通是本次项目策划的目标，面向1-2线年轻人群充分传达信息和转化人群身份，通过优质内容+限时5折优惠，打通从认知到购买的全链路。结合暑期IP，充分利用明星资源，覆盖顶流网红多渠道多维度释放大促信息有效拉动转化。

## 亮点:

- 1、携手央视钦点国民网红李子柒打造联名爆款，定制腾讯视频VIP X 李子柒全新螺蛳粉，打造“嗦粉看片，美妙夏天”的美好时光；
- 2、创造营选手对折挑战，多类型KOL持续发酵对折挑战及五折信息；
- 3、选取热播IP经典桥段，切入五折信息点，打造魔性病毒短视频；
- 4、打造有梗五折海报物料，趣味内容搅动用户关注；
- 5、联动影视类、段子手、娱乐向KOL规模性扩散五折信息；
- 6、微信渠道联合头部账号，融合5折优惠信息打造双料爆款文章；
- 7、快手平台KOL内容定制，释放暑促信息搅动平台粉丝反哺站内。

## 项目策划 + 项目执行:

### Step1: VIP暑促X李子柒联名策略

①VIP联名款螺蛳粉: VIP&李子柒发布联名海报, 同时上架全平台发售, VIP&合作方双渠道联合销售, 推动创收。微视开屏资源位占据, 李子柒入驻微视共宣五折大促信息, 微博热搜#李子柒烟火小吃#、#李子柒#。

②多类型KOL微博端炒热事件, 助力联名款曝光。

③联合头部美食类KOL浪味仙, 多平台联动传播联名螺蛳粉, 快手、抖音、西瓜视频、B站多平台联动曝光。



## 项目策划 + 项目执行:

Step2:

- ①618宠粉直播夜系列明星海报物料制作
- ②IP宣五折物料制作: 联合优质IP打造5折海报;  
微博粉丝通投放, 覆盖多圈层用户释放五折信息,  
粉丝通、10+IP官微整合联动投放高品质暑促IP海报;





## 项目策划 + 项目执行:

Step3: 创造营2020见面会定制腾讯视频VIP X 李子柒全新螺蛳粉, 打造“嗦粉看片, 美妙夏天”的美好时光。

- ①创造营选手#对折挑战#视频发布: 创造营选手助力活动拍摄视频 push 五折信息, 制作对折挑战视频剪辑—38S版本, 对折挑战视频剪辑—1min版本物料;
- ②多类型KOL持续发酵对折挑战及五折信息: 饭圈大号、IP粉丝大号、黄V等多类型账号参与“对折挑战”内容, 花式物料带出五折信息, 并就见面会现场“对折挑战”环节进行二次传播。



## 项目策划 + 项目执行:

Step4:

①选取热播IP经典桥段，切入五折信息点，打造魔性病毒短视频：  
结合热门IP，内容植入“腾讯视频VIP五折大促信息”，病毒视频进行投放；

②打造有梗五折海报物料，趣味内容搅动用户关注，引导更多人关注打折优惠；

③联动影视类、段子手、娱乐向KOL规模性扩散五折信息：五折彩蛋系列海报+五折IP病毒视频投放；



传闻中的陈芊芊

拜托了冰箱



创造营2020



## 项目策划 + 项目执行:

Step5:

①微信渠道联合头部账号，融合5折优惠信息打造双料爆款文章:

较高端人类打造有梗互动问答向文章切入五折信息，Sir电影以暑

期IP深度安利带出五折大促内容;

②快手平台KOL内容定制，释放暑促信息搅动平台粉丝反哺站内:

尚热门♥ (老尚) + 七喜爱美丽五折剧情内容发散五折信息



## 影响力、口碑

1、微博热搜榜占据---#李子柒烟火小吃#、#李子柒#（热搜榜20主题包店2天）；多类型KOL微博端炒热事件，助力联名款曝光；

2、快手、抖音、西瓜视频、B站多平台联动曝光，阅读量达1000w+用户互动量达17w+；快手平台尚热门♡（老尚）+七喜爱美丽五折剧情内容共创播放量累计115w+，有效互动量9w+

3、微博粉丝通投放，覆盖多圈层用户释放五折信息微博粉丝通投放，覆盖多圈层用户释放五折信息，各品类粉丝总体曝光约3000w+；

4、联合腾讯视频、微博、微信、快手、小红书、西瓜视频、哔哩哔哩、抖音多元平台覆盖传递五折信息；

## 影响力、口碑

- 5、多料话题：#腾讯视频VIP 限时5折#阅读量1亿+、讨论3.1w+；#盛夏V年华#阅读1800w+、讨论2.1w+；#对折挑战敢不敢#阅读1300w+讨论1w+；
- 6、结合热门IP，内容植入“腾讯视频VIP五折大促信息”，病毒视频进行投放，短视频整体播放量达200w+；
- 7、整体线上传播站外覆盖3亿+人次，五折彩蛋系列海报+五折IP病毒视频投放共计整体覆盖量1.8亿+，有效互动量9w+；
- 8、联动IP矩阵资源，303小姐姐见面会资源，全面扩散五折信息，助力活动拍摄的视频整体播放量1300w+，用户点击达55.9w+创意互动，引发约3w用户传递讨论五折大促，相关花式内容传播覆盖9000w+用户，有效阅读量近1000w+；
- 9、微信渠道联合头部账号Sir电影，以暑期IP深度安利带出五折大促内容，阅读量均达到10W+。