

抖音春节战役

- ◆ **品牌名称:** 抖音
- ◆ **所属行业:** 短视频
- ◆ **执行时间:** 2020.01.15-01.21
- ◆ **参选类别:** 整合营销类

- **背景和初衷:**

- 用娱乐化概念包装抖音春节活动, 让用户玩转抖音短视频互动功能; 契合春节抢红包赢好运的用户心理, 促使潜在用户转化为新增用户; 以明星、新年、抖音、互动四大维度加成话题, 在全网引爆传播抖音春节活动。

- **目标:**

- 在春节期间, 通过抖音春节战役活动, 让用户玩转抖音短视频互动功能, 促使潜在用户转化为新增用户。

- **挑战和困境:**

- 挑战: 微博平台对抖音相关内容限流加强, 对热搜、话题词、相关博文管控十分严格, 相关话题词基本无法通过正常投放直接登录热搜。
- 解法: 项目执行期通过持续打造明星相关创意话题及时尚话题, 而非直接投放活动物料, 话题词登陆热搜后在评论中勾连活动信息, 并跟投大量素人带抖音活动页面截图直发微博, 打造微博强关联热搜及话题。

- **目标人群洞察:**

目标人群偏年轻化，短视频爱好者及追星族女孩较多。

- **核心策略:**

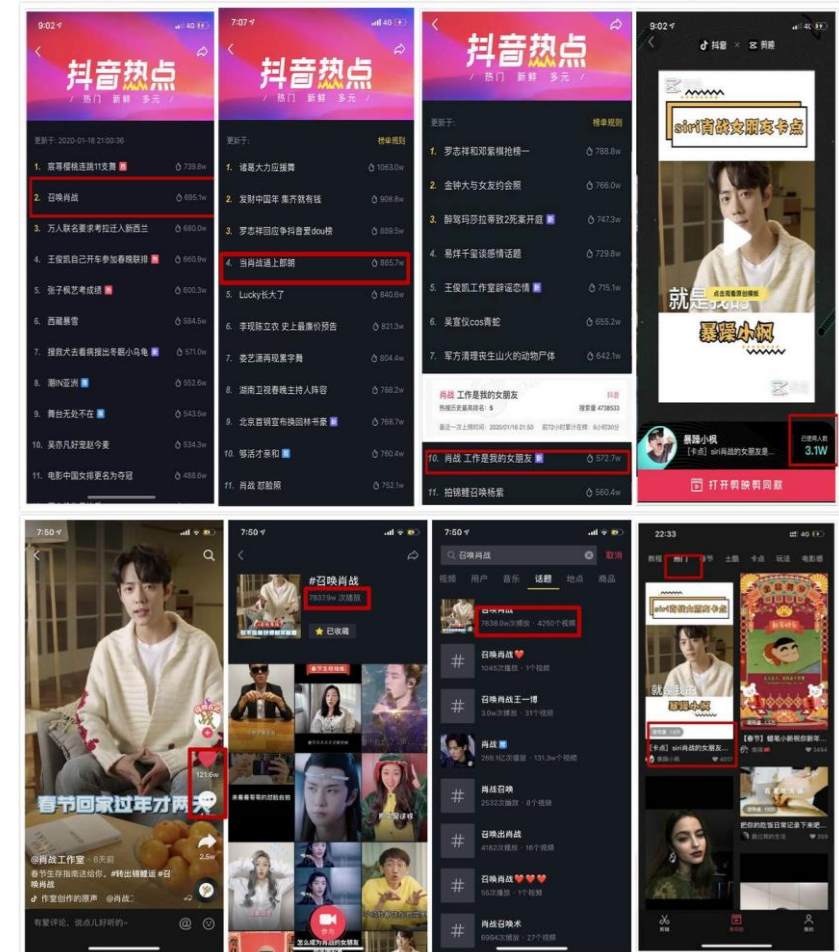
- 1.在站内成功打造抖音独有的“明星召唤翻牌”模式，弥补微博只能看明星动态无法互动的缺失;
- 2.明星的站内原生热点在微博发酵，吸引粉丝关注互动，最大化利用明星效应;
- 3.以抖音站内热点作为原点爆发，知乎、豆瓣全平台发力，打造全网热点事件。

- **案例亮点:**

- 1.传播策略清晰，最大化利用明星效应，站内+站外阶段式配合，打造全网热点事件。
- 2.突破春节期间的微博强力封锁，合作优质mcn机构，打造明星时尚&创意话题，并在评论区深度植入活动信息。
- 3.在传播中保证活动及产品信息最大程度露出，实现真正有效的传播

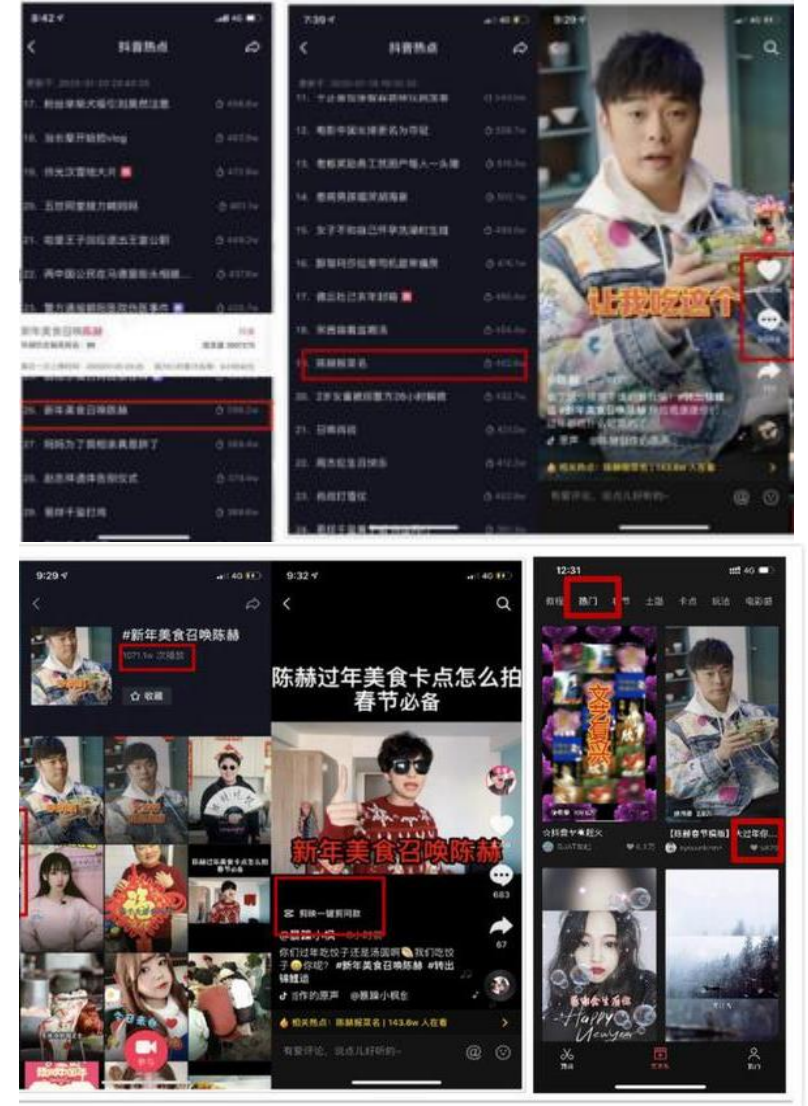
传播案例

- **肖战：打造4个话题，话题阅读量1.8亿+，登陆3个站内热搜。**
- 艺人原发小片点赞量达134.6w+，评论量5.1w+。
- 1月16日，话题#肖战 工作是我女朋友 登陆抖音热搜最高位TOP5，热度值达572.7万+，话题播放量837.2w，话题在榜时长超过24小时。
- 1月18日，话题#当肖战遇上郎朗 登陆抖音热搜最高位TOP4，热度值达756.9万+，话题播放量848.9w，话题在榜时长超过23小时。
- 1月18日，话题#召唤肖战 登陆抖音热搜最高位TOP2，热度值达692.9万+，话题播放量 1.2亿+，话题在榜时长超过4小时。
- 明星召唤模式话题#召唤肖战 #肖战的女朋友是谁，#肖战的女朋友是谁 话题播放量4618.5w+，在投放37位达人的情况下，截止2月3日12:00有5793位达人参与话题互动发布视频，总话题阅读量1.2亿+，共产生3支点赞量70w+的爆款视频，8支点赞量20w+的爆款视频，10支点赞量10w+的爆款视频，超过30支点赞量1w+的优质视频。
- 固定玩法模版“siri肖战女朋友卡点”剪映模板上线后当日进入剪映热门，现使用量已达5.1W+。



传播案例

- **陈赫：打造2个话题，话题阅读量2.6亿+，登陆2个站内热搜。详情如下：**
- **艺人原发小片点赞量72.9w+,评论量1.6w+。**
- 1月18日，话题#陈赫报菜名，登陆抖音热搜最高位TOP19，热度值达442.6w+，话题播放量714.9w+，话题在榜时长超过4小时。
- 明星召唤模式话题#新年美食召唤陈赫，1月21日登陆抖音热搜最高位TOP24，热度值396.2w+，话题在榜时长超过14小时。在投放10位达人的情况下，截止2月3日12:00有1684位达人参与话题互动发布视频，总话题阅读量2.6亿+，共产生1支点赞量250w+的爆款视频，3支点赞量100w+的爆款视频，6支点赞量40w+的爆款视频，10支点赞量10w+的爆款视频，超过20支点赞量1w+的优质视频。
- 固定玩法模版“陈赫过年美食卡点”剪映模板上线后当日进入剪映热门，现使用量已达3w+。



- 奇计划明星部分传播总曝光26亿，超原定目标1004%完成，其中抖音曝光量6.76亿+、微博话题阅读量19.2亿+、微信总阅读量134.4万+，整体CPM=4.65（计算方式为项目总预算*含服务费等/总曝光）
- **抖音站内亮点：**
- 预埋58位头部达人，80位中小达人带动15782位普通用户参与互动，6位明星共翻牌21个优质作品，其中欧阳娜娜因预埋达人质量优质，额外增加翻牌3位达人；
- 抖音总曝光超6.76亿，产生8个抖音站内热搜，其中#召唤肖战 抖音热搜TOP2、#唱新年好召唤欧阳娜娜 抖音热搜TOP2，#刘昊然风衣藏红包抖音热搜TOP3；
- 共诞生超45支点赞量10万+的爆款视频，1支点赞量250万+的爆款视频，3支点赞量100万+的爆款视频，11支点赞量50万+的爆款视频，3个召唤玩法登陆剪映模板热门。

- **站外亮点数据:**

- **微博:**

- 微博总曝光超19.2亿，共打造23个明星相关话题;
- 5个话题登陆热搜，7个话题进入微博热门话题总榜，其中#爱豆届的模仿鬼才#登陆微博热搜TOP38，#肖战白色枫叶毛衣#登陆微博热搜TOP17，#欧阳娜娜流星耳坠#登陆微博热搜TOP18;
- 话题引发媒体自发转载量超200家，总粉丝量6亿+。

- **微信:**

- 通过桃红梨白、艺非凡、东邪西媚、美美娱乐、橘子娱乐、insdaily等11个头部微信大号，结合春节活动代言人热点内容制造吸睛话题，深度发酵抖音春节活动信息，文章总阅读量为134.4万+，打造28万+爆款文1篇，10万+爆款文8篇。

- **站外亮点数据:**

- **知乎:**

- 通过抖音春节活动的明星召唤翻牌形式，洞察粉丝兴趣点，设计创意问题，并在【被偶像翻牌是一种怎样的体验】评论区植入抖音活动信息，以长回答+回答的形式拉高问题活跃度，使该提问强势登陆知乎全站热榜42位，获得92万热度值。

- **豆瓣:**

- 打造2个优质热帖，引发自发评论100+条，直接引发圈内八爷、吃瓜鹅每日搬、吃瓜扒皮等共11个百万级微博娱乐大号，自发搬运豆瓣讨论内容，曝光量超5000万

- **快手:**

- 共获得2个快手热搜。#肖战 过年回家生存指南#登陆快手热搜TOP2，热度值690.4万+；#杨紫模仿李佳琦#登陆快手热搜TOP3，热度值722万+。