

“5G攻略” 沉浸式互动剧场

- ◆ **品牌名称:** 中国电信股份有限公司广东分公司
- ◆ **所属行业:** 运营商
- ◆ **执行时间:** 2019.11.08-11.22
- ◆ **参选类别:** 整合营销类



5G hello 攻略

2019.11.15 - 11.19 电信5G沉浸式体验馆

广州·正佳广场·四楼中庭 欢迎体验



Hello, 5G用电信



5G套餐办理

Hello, 5G用电信

项目背景与目标



营销背景

伴随着“5G牌照发布”到“5G正式商用”的有序进行，2019年毫无疑将成为5G的元年。三大运营商逐渐取消“不限量”套餐，“流量包”产品重新投入市场已成定局，“5G之战”的新阵地即将形成，携号转网脚步愈发逼近，用户选择权放大，运营商格局生变，新设备、新技术、新应用，各有机会。近5年，移动市场年化增长率仅3%，“增量市场”不成立，存量市场是关键，品牌要做的是忘记“唯份额论”趁“5G之机”赢下存量战，挖掘“存量用户”需求，开启全新增量。

而暂无故事可讲，无大幅度让利，无优势产品是目前三大运营商面对的窘境，而刚刚面世的5G对大多数人来说也还是陌生的，打造差异化的品牌气质完成心智占位，是电信5G品牌的首要任务。

营销目标与挑战

针对“5G”的品牌形象、核心卖点、功能场景及业务政策作全方位宣传，打开“电信5G”品牌及业务的市场认知；让普通大众能真正感知、体验到电信5G带来的新体验，同时让用户留资转化。

而暂无故事可讲，无大幅度让利，无优势产品是目前三大运营商面对的窘境，而刚刚面世的5G对大多数人来说也还是陌生的，打造差异化的品牌气质完成心智占位，是电信5G品牌的首要任务。



洞察与策略

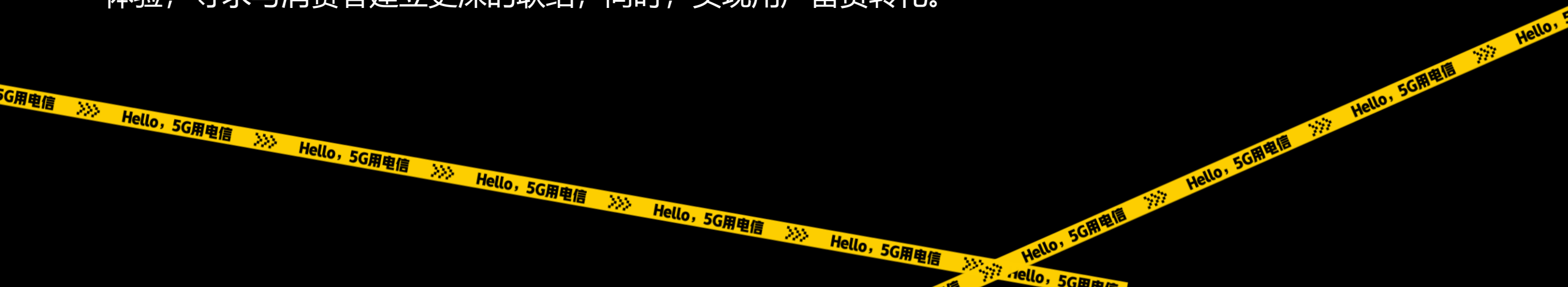


核心创意

首次沉浸式5G互动的体验 · 一场高科技特工主题的狂欢 · 线上线下全面打造电信5G差异化

大众对于传统线下场景营销已经没有记忆点，并且对刚刚正式商用的中国电信5G没有任何感知，5G如何影响我们生活也是十分模糊，所以提出特工剧情5G沉浸式剧场的创意概念，重点营造产品带来的体验。

将电信5G低时延、高速率、大连接的特点用于高科技互动装置，以特工剧情为故事线将整个活动场馆化身科技网红前沿打卡地，致力于在故事中构建为受众提供临场感、交互性、想象力，用身临其境的体验，寻求与消费者建立更深的联结，同时，实现用户留资转化。



营销策略

体验机制：5G的应用让每个人都能像有特异功能的特工一样完成高难度任务。打造首个5G沉浸式互动体验剧场，以分区互动深度体验5G的“高速率”“低时延”“大连接”三大卖点和了解电信5G套餐信息，最后办理5G套餐业务，完成“了解-体验-办理”的链条营销。



创意执行与媒介应用



活动亮点1：五大区域，近十项互动科普电信5G品牌内涵

五大分区：剧场内设置【5G+敏捷】【5G+体力】【5G+模仿】【5G+速度】【5G+智力】五大分区，引入智能趣味互动体验项目，囊括AI、VR、智能穿戴设备、新媒体互动艺术装置等；



活动亮点2：特工剧情

六大神秘体验空间，赛博风格打造网红空间，装置科普5G信息；以神秘的特工剧情为引领，围绕5G特工五大能力，渗透5G品牌信息，互动体验紧扣电信5G产品内涵；

- ① 入口特工情报处，角色演员带出故事剧情，解读规则；
- ② 第一关限时穿越障碍即可解锁5G“高速率”敏捷徽章；
- ③ 5G武馆将呈现低延时环境下的极致反应速度，人影互动装置完成即可通关；
- ④ 在街头篮球场与机械手臂对战解锁5G+体力徽章；
- ⑤ 5D球幕将根据参与玩家的喜好调整播出内容，玩家将在观影期间感受到5G网络下影片的5D快感；
- ⑥ AI超级大脑参与玩家将通过抢答完成AI的提问即可通关。



活动亮点3：业务融合及留资转化

通关后，体验者可以获得中国电信颁发的“电信5G特工”荣誉称号，并可以获得不同级别的5G靓号免预存特权优惠。

除了通关沉浸式设置，在剧场的外场还设置了“5G终端区”和“5G应用区”，在排队等候的碎片时间把电信5G应用内涵精准触达用户，满足广大客群体验，“不进去体验馆也能体验相关项目，见到最新的5G手机，体验中国电信的5G特色应用“云游戏”、“云VR”、“云电脑”、“天翼云盘”、“天翼超高清”等，感受5G时代，生活的丰富多彩。



传播亮点与媒介应用

预热宣传

前期以特工题材拍摄特工主题TVC，融入电信5G的大连接、低时延、高速率的特点进行预热宣传。**同时在各营业厅及腾讯视频进行播放预热，迅速扩大预热声量。**

像素风+特工闯关H5，让用户通过闯关动画的形式了解现场亮点，同时可生成自己的入场券，凭券入场。

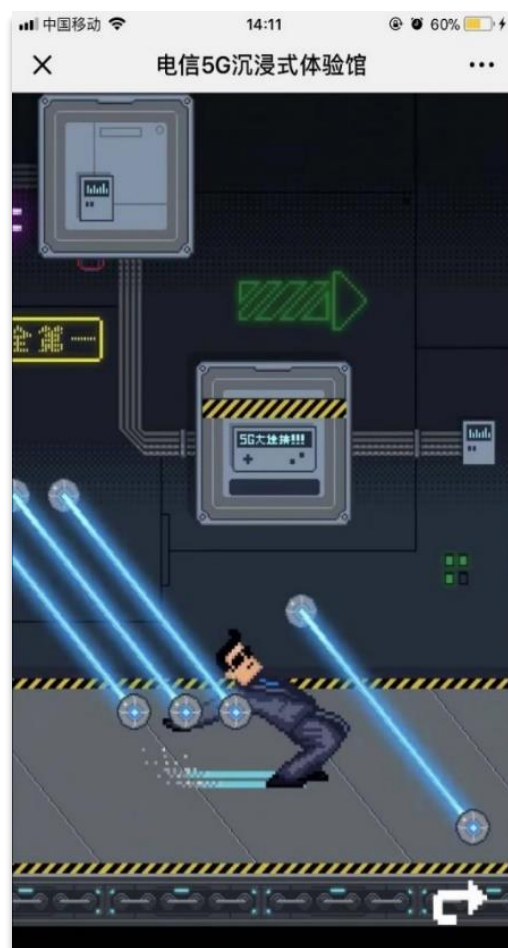
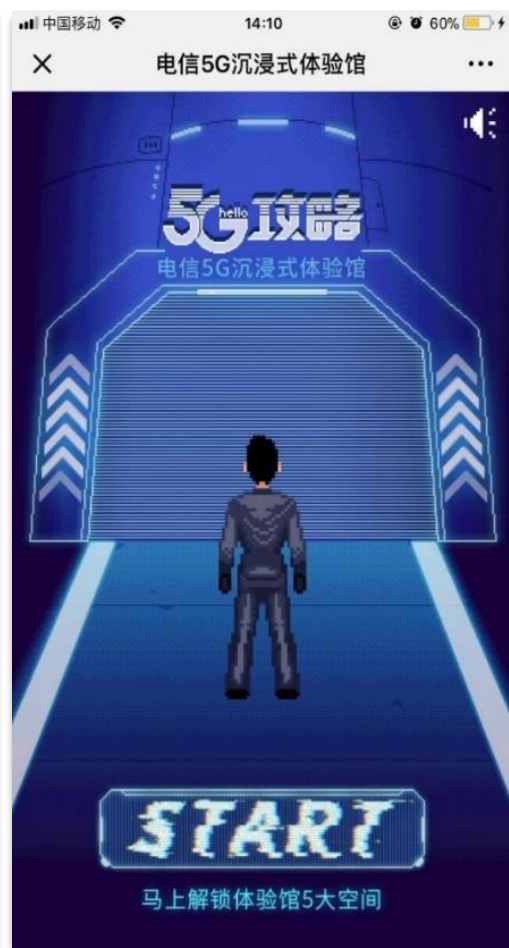


【扫码观看】

视频观看链接: <https://v.qq.com/x/page/r3020ra01j3.html>

像素游戏风格 H5 带你探馆

GET THE TICKET



【扫码体验】

特工主题 - 5G 卖点海报

USP



中国电信
CHINA TELECOM

Hello, 5G用电信

>>> 全民招募 <<<

5G装备加持 赢在起跑线上

Hello, 5G用电信

5G hello 攻略 电信5G沉浸式体验馆
2019.11.15 >> 11.19 广州正佳·四楼中庭



中国电信
CHINA TELECOM

Hello, 5G用电信

>>> 全民招募 <<<

畅享5G速度 让别人去追吧

Hello, 5G用电信

5G hello 攻略 电信5G沉浸式体验馆
2019.11.15 >> 11.19 广州正佳·四楼中庭



中国电信
CHINA TELECOM

Hello, 5G用电信

>>> 全民招募 <<<

掌握5G技能 解锁无限可能

Hello, 5G用电信

5G hello 攻略 电信5G沉浸式体验馆
2019.11.15 >> 11.19 广州正佳·四楼中庭



中国电信
CHINA TELECOM

5G hello 攻略

电信5G沉浸式体验馆
2019.11.15 >> 11.19 广州正佳·四楼中庭

Hello, 5G用电信

5G hello Hello, 5G用电信

倒计时海报

countdown



活动期宣传

选取5G咖啡、NPC剧场、空间展示、氛围展示、第一视角通关、潮人打卡等主题剪辑15秒快闪视频，活动期间进行朋友圈、微信、内部平台、KOL大号等每日推送；仅统计腾讯视频浏览量共计78520。

公关稿件发布，媒体涵盖广东地方媒体；新浪、凤凰等全国主流媒体；中国网等权威媒体。

百万粉丝网红现场直播，吸引300万+粉丝观看，同时直发微博，引发粉丝点赞留言转发。

活动总结视频



【扫码体验】

现场回顾视频链接：<https://v.qq.com/x/page/t3024l1rr96.html>

每日精彩花絮

Video



五大空间



5G咖啡



超燃通关



嗨玩现场



5G潮人打卡



NPC角色剧场



效果 & 反馈



全国媒体 争相报道

- 涵盖广东地方媒体，新浪、凤凰等全国媒体，中国网等权威媒体；
- 超过30家媒体广泛报道，宣传覆盖面及影响力超过1,000,000人！

鳳凰網 商业 > 正文

电信5G沉浸式体验馆刷爆朋友圈

2019年11月15日 21:07:12

来源: 热讯网

0人参与 0评论

10月底，电信5G正式商用。为普及5G科技，让广大市民生动体验5G网络的特点和为生活带来的改变，近日，中国电信广东公司在广州正佳广场四楼中庭设置主题为“5G攻略”的“电信5G沉浸式体验馆”，现场以特工剧情引领参与者探索5G黑科技，多项互动极具沉浸感，引发了大量用户踊跃参与。



新闻中心 专用名词 联系我们 5G手机品牌 VR/AR品牌

新款VR 正文

电信5G沉浸式体验馆刷爆朋友圈

2019-11-16 15:05:55 来源: 新款VR

科技周刊

10月底，电信5G正式商用。为普及5G科技，让广大市民生动体验5G网络的特点和为生活带来的改变，近日，中国电信广东公司在广州正佳广场四楼中庭设置主题为“5G攻略”的“电信5G沉浸式体验馆”，现场以特工剧情引领参与者探索5G黑科技，多项互动极具沉浸感，引发了大量用户踊跃参与。

周末打卡胜地，电信5G沉浸式体验馆燃情开启

10月底，电信5G正式商用。为普及5G科技，让广大市民生动体验5G网络的特点和为生活带来的改变，近日，中国电信广东公司在广州正佳广场四楼中庭设置主题为“5G攻略”的“电信5G沉浸式体验馆”，现场以特工剧情引领参与者探索5G黑科技，多项互动极具沉浸感，引发了大量用户踊跃参与。

广东在线 www.gdzw.net

周末打卡胜地，电信5G沉浸式体验馆燃情开启

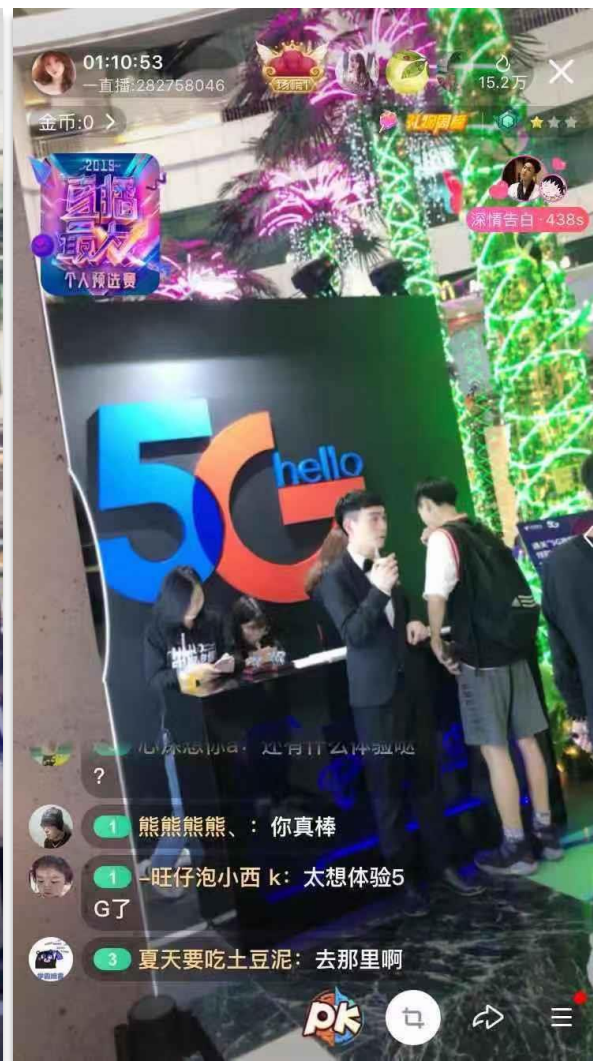
来源: 未知 2019-11-15 09:10:00 广东在线

10月底，电信5G正式商用。为普及5G科技，让广大市民生动体验5G网络的特点和为生活带来的改变，近日，中国电信广东公司在广州正佳广场四楼中庭设置主题为“5G攻略”的“电信5G沉浸式体验馆”，现场以特工剧情引领参与者探索5G黑科技，多项互动极具沉浸感，引发了大量用户踊跃参与。



直播平台 网红打卡

- 多位百万粉以上的主播打卡现场体验，并通过直播平台直播、自媒体线上传播等方式宣传体验馆。



2019年金鼠标数字营销大赛

专家评委点评

随着消费升级，如何将消费者从线上带到线下、如何让顾客停留的时间更长、如何促进消费者消费，是当下购物中心升级的主要方向。沉浸式消费则是品牌通过营造沉浸式的体验场景，将消费者吸引到购物中心并进行消费。

“5G 攻略”沉浸式互动剧场没有完全侧重于产品或者品牌体验，而是重点营造产品带来的感觉。致力于在故事构建中为受众提供临场感、交互性、想象力，这种身临其境体验，在于寻求与消费者建立更深刻的联结。最终与消费者产生了更深层次的黏度连接，的确可圈可点。

吴天赋 琨宁品牌实验俱乐部艺术合伙人

超过30个媒体，覆盖全省电信官微矩阵**2000+w**粉丝

活动曝光量高达**5000w+**

现场浏览人数**5w+**

深度体验人数超过**6000+**人次

