

2020中国福利彩票×抖音挑战赛

- ◆ **品牌名称:** 中国福利彩票
- ◆ **所属行业:** 福彩行业
- ◆ **执行时间:** 2020.06.28-07.05
- ◆ **参选类别:** 效果类-品牌传播

项目背景：

- 项目无论是从形象、传播内容与形式上，品牌都亟待更新；
- 项目想要通过融合国人认可或热爱的文化与公益文化，建立一个全民有感的公益品牌，营造全民公益热潮。

项目目标：

● 品牌年轻化

借助抖音、微信两大平台用户年轻化特性，将福彩这种国家性的福利性事业与当红潮流文化、IP进行深度结合，深度触达年轻受众，打造潮公益年轻化品牌形象，吸引更多年轻受众关注；

● 一次大曝光

在传播效果层面，利用创意结合产品进行展示，形成品牌强关联，潜移默化受众对品牌的关注度，培养国民消费习惯，在目标客群中引发热潮，沉淀精准粉丝、提升用户品牌忠诚度。

核心策略

- **以兴趣标签驱动**

与抖音深度合作，以福运为驱动，与目标受众深入沟通；

- **多元化沟通形式**

抖音挑战赛、达人视频、抖音开屏广告、微信朋友圈广告、长图文推送，多点触达目标受众，扩大活动曝光度；

- **形成话题风暴**

建立话题栏目，通过人气达人号召，引导用户参与，引发全民UGC热潮，形成话题风暴，凸显品牌；

- **传播价值释放**

通过线上热门话题引流线下门店，通过话题风暴影响，促进线下销售。

策略执行

1.以创意话题驱动，激发用户内容共创。

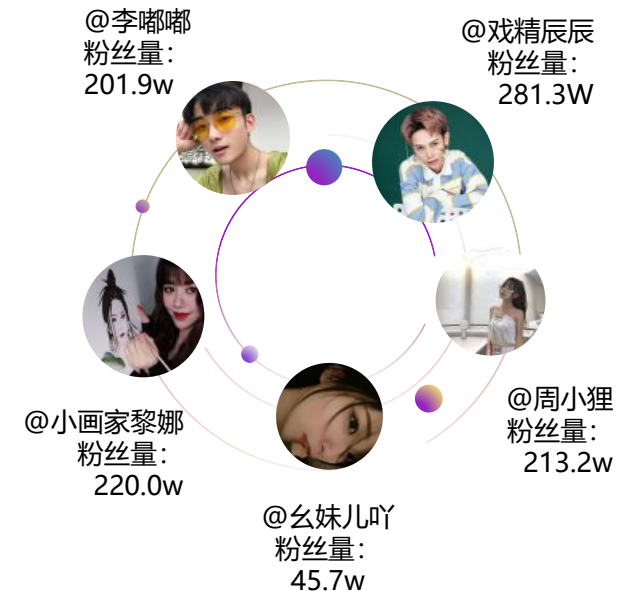
- 结合中福彩、抖音特性，并加入传统吉利元素，建立创意话题#边刮边抖好运到手#；
- 建立互动机制，以惊喜大奖，吸引用户参与互动。



策略执行

2. 达人号召，提高活动声量。

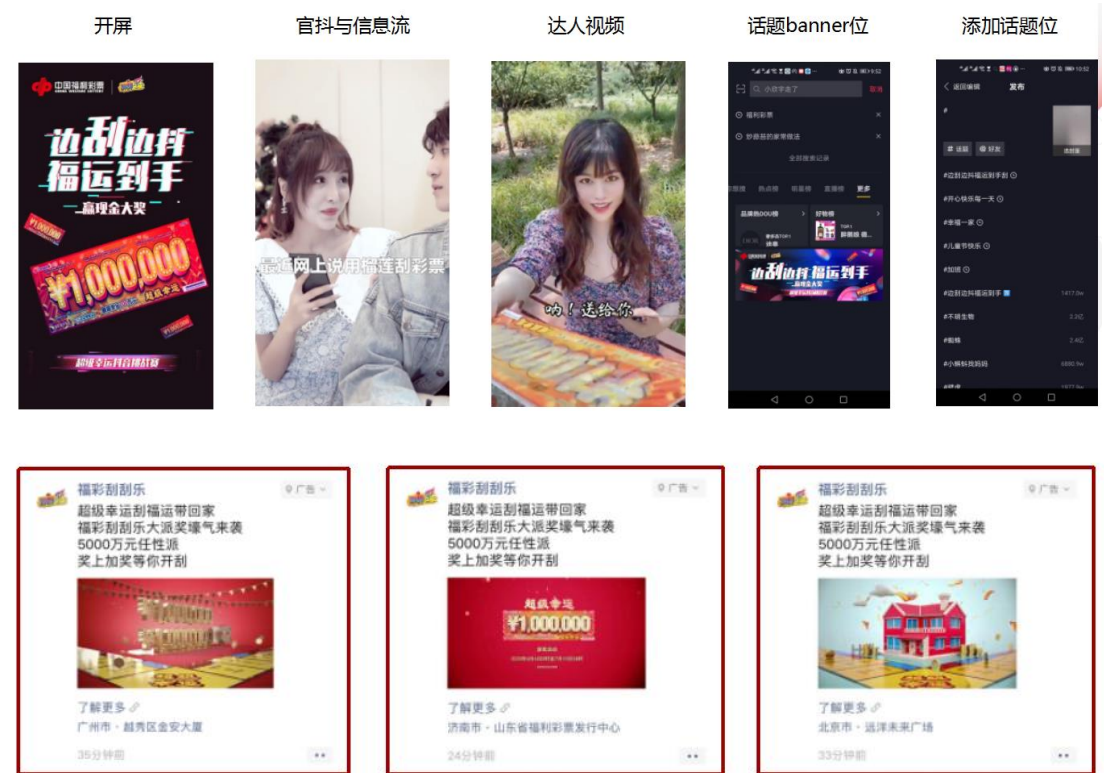
- 选取5位人气达人，根据产品特性，拍摄创意视频；
- 通过达人影响力，号召粉丝群体参与互动，扩大活动声量。



策略执行

3. 多渠道扩散传播，优质广告强势曝光。

- 设置动态开屏页面广告，进行强曝光，触达每位抖音用户；
- 利用达人视频进行抖音信息流广告投放，为活动进行持续曝光；
- 在抖音话题建立处，进行广告投放，进一步拦截平台流量，为活动扩大声量；
- 在北京、山东、广州3个重点城市进行微信朋友圈广告投放，持续3天，精准曝光**205997次**，为活动带来巨量人气。



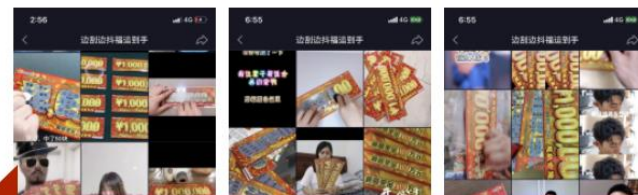
策略执行

4. 线下门店助力传播，引发海量UGC。

- 各区域门店联合传播，线上线下流量互补，助力活动人气。
- 中福彩通过话题挑战赛+达人内容种草，精准触达用户，全民参与互动，输出海量UGC，引发二次传播热潮，从而增加品牌的商业转化。UGC视频总上传量达**3.6W+**，总播放量达**3.8亿**！参与用户创意频出。



各区域福彩营业厅联动助力



全民互动输出海量UGC



传播效果

社交化驱动，提高品牌声量

中福彩通过抖音、微信两大国民平台，利用其用户年轻化特性，发起活动进行用户裂变传播，精准触达目标人群，扩大品牌影响，强化品牌认知，引发全民刮刮乐热潮。



传播效果

2020年6月28日-2020年7月5日

中国福利彩票×抖音挑战赛推广项目共曝光**3.8亿+**

视频播放量**2.93亿+**

视频点赞量**601W+**

视频评论数**40W+**

视频分享数**30W+**

-远超同期品牌话题数据-