

微博2018让红包飞

- ◆ 广告主: 微博
- ◆ 所属行业: 媒体
- ◆ 执行时间: 2018.01.22-03.02
- ◆ 参选类别: 创意类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

http://www.iqiyi.com/w_19s07tsmh9.html

或者
扫一扫看视频



背景

随着社会和互联网的高速发展， 春节的年味越来越淡

- 在社会和互联网高速发展的今天，农历新年作为中华民族最重要的传统节日，在大众，特别是在年轻人心中，已经渐渐淡化了其原有的意义。
- 人们越来越沉浸于社交网络世界，这对新年团聚的重要社交时刻产生了冲击，年味也因此越来越淡。

新技术、新文化 催生 全新社交需求

- 新春假期是大众最有社交需求和消费需求时刻。
- 年轻大众需要一种新的，更符合当下时代需求的过年社交和消费方式。

挑战

如何把 “**年味**” 还给大家，
重新点燃 “**红红火火过大年**” 的气氛？

目标

- 在新年创建一次全民社交，把让红包飞打造成一次全民参与的年度事件、更成为新年新俗
- 将**社交互动**转化为推动用户**购买力**增加的动力
- 通过微博平台，用内容创建更多的消费场景，将**内容力**转化为**销售力**

洞察

社交环境中， 更易引发消费产生

在微博平台上，明星+大V+内容，吸引更多用户的参与，并生成UGC内容进而引发二次传播，成为一次全民社交活动。

用红包打造 营销场景

以红包为介质，创造更多的营销场景，将微博从媒体属性的社交平台，转化为消费场景。

目标人群 精准投放

平台的技术和数据，为品牌圈定更多的目标用户，并引导促进消费。

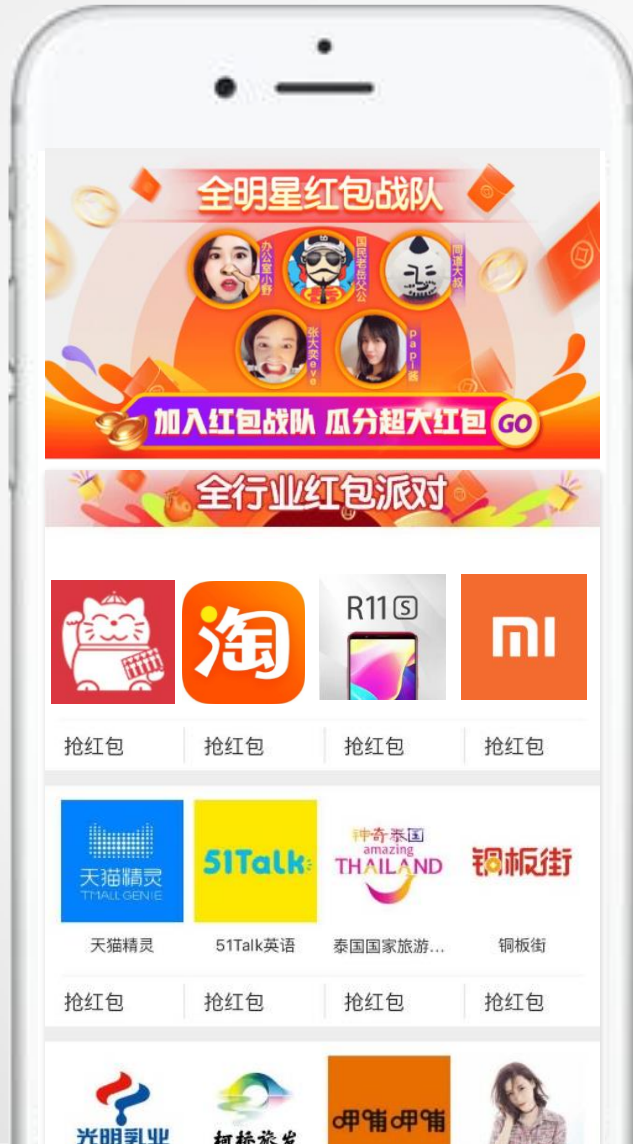
核心创意

通过**红包**创造的各种场景，
把“**让红包飞**”打造成当代的**新年新俗**，
成为最具**影响力**的**社交营销场景**。



Step 1.

- 借用“红包”，传承老习俗，创造新民俗
- 延续中国过新年最大的民俗“发红包”，结合中国传统“过年讨彩头”和“来而不往非礼也”的心理，用“红包”成为参与的入口和连结点



Step 2.

- 联手**10万+**明星，大V和各大品牌
将各大高阶用户变成了你我之中的一员



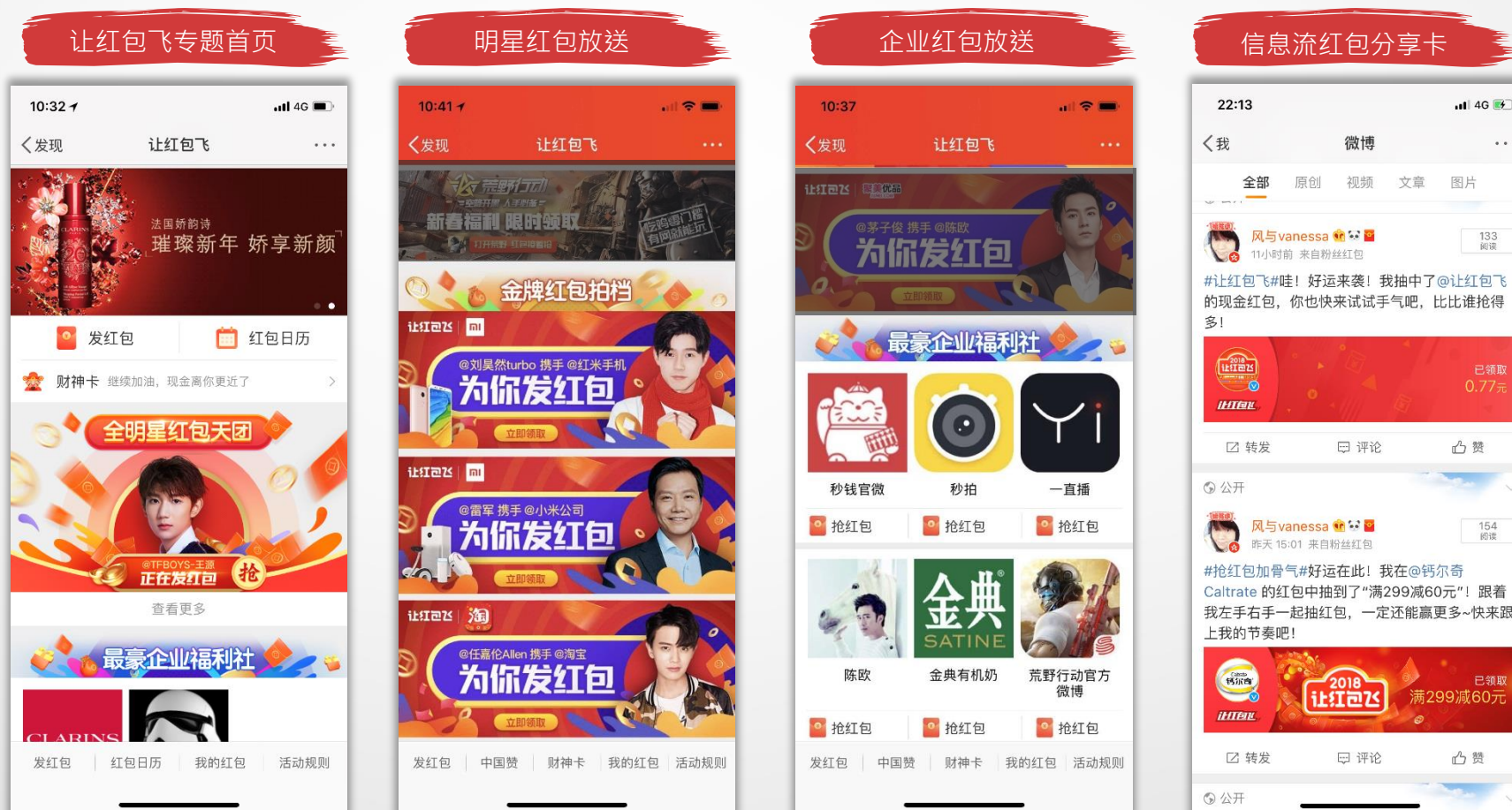


Step 3.

- 结合当下大众的生活和社交习惯，配合多样的线上内容互动，打造**内容场景-互动场景-消费场景**，把“发红包”升级为带有社交属性的全新营销场景

亮点1：即时

- 红包随处可见，多入口设置，
- 用户**每3秒**就能抢到一个来自明星、大V或是企业的红包



亮点2：互动

- 财神卡，任务红包，明星组团战队，各类创意花式互动玩法，引发用户疯狂参与，并自发为活动站台传播

财神卡集卡玩法



任务红包玩法



红包传送门玩法



明星组团战队玩法



亮点3. 沉浸

- 在#过年那些事儿#的各条年俗短视频中，伴随红包发放，边看视频边领红包，给予用户深度的内容体验，令网友大呼内容走心红包暖心

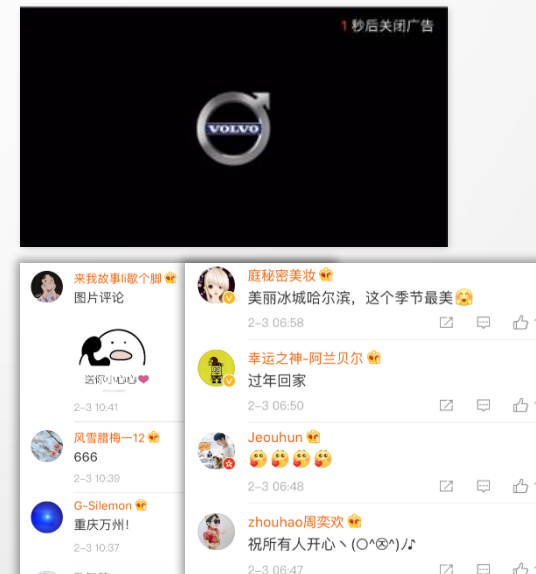


- 主题丰富，讲述全国各地新年风俗；
- 内容有很强的地域属性；
- 百城大V进行视频内容原创。

视频挂件



前贴片



25

亿个

全面嗨抢红包

相当于平均每分钟
可以抢到超过**4万个**红包

1.8

亿人

加入抢红包

相当于抢红包小伙伴们
手拉手绕地球**8圈**

10+

万个

明星/企业撒钱

明星大咖、商业大佬、
企业齐聚微博发红包

5000

万人次

加入战队抢红包，为爱豆打call，
组团瓜分百万现金

5.8

亿人次

花式玩转财神卡，
召唤现金红包



除夕战队一秒钟创新互动引爆参与

秒钱在2018春节流量高峰之际，与微博让红包飞活动深度合作，通过财神卡集卡、明星战队红包两种创新红包玩法，在全民抢红包的战役中，打响了一场社交声量战，秒钱品牌声量得到了进一步的提升，品牌形象日渐深入人心。

借势明星引发关注、参与、传播

除夕明星战队 (2.11-2.16)

明星动态卡片吸引关注

2.9亿+

明星联手一淘宝和爱豆发红包

淘宝2018年春节结合微博让红包飞活动，借助明星影响力，在微博联手数位明星发红包，定制化拆包页一键跳转至手淘红包开光页，并自动触发带#上海宝抢10亿红包#的博文，实现了活动信息迅速大范围曝光扩散的营销目标。

强势资源曝光 >> 互动 >> 引流 >> 二次传播

累计曝光 2.4亿 明星博文互动 27万+ 明星博文曝光 6500万+ 有效传播层级 7层

明星代言

明星动态/明星微博

联手明星大V 引爆全民参与

62万 3.4亿 5万+ 30万+

现金红包发放 明星联手发红包 话题阅读量 粉丝增量

强势资源助力红包发放，实现品牌广泛曝光 >> 定制集财神卡，玩转互动（集卡/换卡/送卡/兑换） >> 分享二次传播

H5体现客户权益 让红包飞专题页入口 让红包飞专题页推荐 财神卡大厅活动首页 财神卡交换大厅 集齐兑换财神卡 定制红包分享卡

明星联手红包

明星代言 定制题图 定制博文来源 博文角标

明星动态/明星微博

明星联手红包 为你发红包

220万个 明星和陈欧联手红包个数

4000万个 主奖池优惠券红包



拜年红包—小米联手代言人雷军齐拜年

2018春节期间，小米与微博让红包飞活动合作，于大年初一开始，邀请企业大咖雷军、代言人明星一起在微博发放拜年红包。小米/小米发放的现金、卡券疯狂被抢光，小米粉丝纷纷主动传播

品牌红包—创意主题企业定制红包

品牌借势让红包飞项目，定制企业营销主题，制作创意内容，通过红包发放实现企业营销目标。

Time (2.15-2.21)

2.15 (除夕) 2.16 (初一) 2.21 (初六)

刘昊然发微博发红包 吴亦凡发微博发红包

43万+ @小米公司 粉丝净增 27.5万+ @小米手机 粉丝净增 200万个 红包发放

旺旺抢红包集旺运红包

专题页红包推荐位 定制红包结果页 定制分享card

其它品牌红包创意展示

一加手机 惊喜红包 秒拍“旺”红包

品牌全平台 玩转新场景营销

#天猫之音，天赐有机#

1.4亿 品牌曝光

2000万+ 视频播放量

伊 金典视频大拜年

娇韵诗现金/卡券后红包

1357万 品牌红包曝光

15万 现金红包 60万 卡券红包

2018年1月22日，品牌官微@法国娇韵诗 发布带视频博文，以一只软萌可爱的寻宝之旅开启新年祝福，将红包好礼，视频右下角嵌入动态红包挂件，为用户提供趣味互动体验，激发新一轮的传播热情。

品牌展示曝光 企业卡券发放 促进潜在核销

品牌展示曝光 企业卡券发放 促进潜在核销