

# 《自由幻想》 手游上线短视频营销推广

- ◆ 广告主：腾讯互娱
- ◆ 所属行业：游戏
- ◆ 执行时间：2018.06.20-07.15
- ◆ 参选类别：短视频营销类

## 背景&目标

《自由幻想》是腾讯首款有爱社交手游，是“幻想”系列网游IP的延续，定于2018年7月3日正式上线。游戏上线前后腾讯重金为手游造势，包括发布主题曲及公布代言人等，为了将这波势能转化成流量，发起本次营销活动。

借势《自由幻想》发布主题曲及公布代言人契机，发起由KOL众包创意+短视频分发的短视频营销活动，向**游戏核心粉丝群、IP情怀玩家、泛娱乐人群**等传递游戏品牌、玩法特色等核心信息，吸引目标人群关注游戏、试玩和下载。

## 目标人群的洞察

自由幻想手游的目标人群主要有两类，幻想IP的老玩家，以23-30岁男性为主，普通公司白领居多。其次是15-20岁年轻女性玩家，主要是高中和大学生群体。

之于游戏，这两类目标用户都喜欢角色扮演、情缘、换装玩法，喜欢恋爱和二次元游戏的特点。

之于社交，这类人群密集的聚集在以抖音、快手等为主流的短视频平台上，喜欢分享自己的玩法经验，结交游戏好友等。

## 核心策略

借势营销+短视频KOL众包创意+全网分发。

覆盖美拍、秒拍、抖音、快手、微博等主流视频社交平台。

借势腾讯打造的游戏上线前后的两个营销活动流量和关注度，通过泛娱乐、音乐、游戏类KOL达人原创以游戏为核心MV、情景剧等短视频，快速聚拢目标人群，收割核心流量，激活目标人群对游戏的关注、下载和试玩。

## **策略与创意的实施过程:**

### **短视频原创+全网分发**

- 1) 游戏上线前，借势张碧晨演唱的《自由幻想》主题曲上线契机，通过音乐、泛娱乐KOL达人围绕游戏中的故事原创情景剧、歌曲翻唱等短视频内容，引导市场对游戏的关注，为游戏上线预热打造知名度和口碑。
- 2) 游戏上线后，借势“新F4”作为游戏代言人及《新流星花园》播放的热度，通过游戏等KOL达人围绕游戏代言人“新F4”互动贴片素材、游戏玩法以及《新流星花园》电视剧相关内容，引爆市场对自由幻想手游的关联关注，引导用户下载和试玩游戏。

## 执行过程：

### 1、AI驱动助力精准找到目标KOL

基于游戏传播的核心诉求和腾讯官方提供的目标人群大数据，通过微播易短视频智能营销平台，层层筛选，确认最终执行众包创意KOL视频达人。



## 2、音乐类、游戏类、泛娱乐类KOL达人原创短视频并全网分发

### 第一阶段：6月20日-7月3日，口碑沉淀阶段

在张碧晨演唱的《自由幻想》主题曲发布后，借势全网对歌曲的关注度，3位KOL视频达人围绕主题曲以及游戏中“飞鸟游鱼恋”等情景，原创情景剧、歌曲翻唱等风格的原生短视频，并在抖音、美拍、快手等主流视频平台分发，精准营销目标人群，增加游戏的热度、知名度和口碑。



- 第一阶段原创短视频举例:
- 1) 短视频达人@林小可林小可 翻唱《自由幻想》主题曲，演绎现实版“飞鸟游鱼恋”情景，原创视频在美拍、秒拍、快手等平台分发，7日播放量超过1000万。
- 原创视频链接：  
<http://www.meipai.com/media/1017554363>



439.9万播放

06-20 23:19

林小可翻唱

飞鸟和游鱼，本就不该相爱...但命运如此，我们相遇，就勇敢去追，用尽所有力气，不辜负此生缘分...❤️

- 第一阶段原创短视频举例:
- 2) 短视频达人@Asea海海 翻唱《自由幻想》主题曲，制作优秀的MV视频，并在美拍、秒拍、微视等平台分发，7日播放量800万+。
- 原创视频链接：<http://dwz.cn/88aXr1>



## 第二阶段：7月3日-7月15日，流量收割阶段

借势“新F4”作为游戏代言人及《新流星花园》播放的热度，通过游戏等KOL达人围绕游戏代言人“新F4”互动贴片素材、游戏玩法以及《新流星花园》电视剧相关内容，锁定主流短视频平台进行全网分发，引爆市场对自由幻想手游的关注，引导用户下载和试玩游。



## 第二阶段原创短视频举例:

1) 短视频达人@井哥哥 原创短视频情景剧, 以与F4官鸿人机对话的形式, 将自由幻想中百变时装的游戏特色轻松植入, 原创视频在美拍、秒拍、快手等平台分发, 仅美拍平台7日播放量超过700万。

原创视频链接:

<http://www.meipai.com/media/1024742643>



## 第二阶段原创短视频举例：

2) 短视频达人@ OhmyLady花花原创短视频情景剧，自己幻想成为《流星花园》女主，创意以与F4对戏的形式，将自由幻想游戏中百变时装、角色扮演、游戏情景演绎等场景植入，向目标人群种草。原创视频在美拍、秒拍、微博3个平台分发，7日播放量达1000万+。

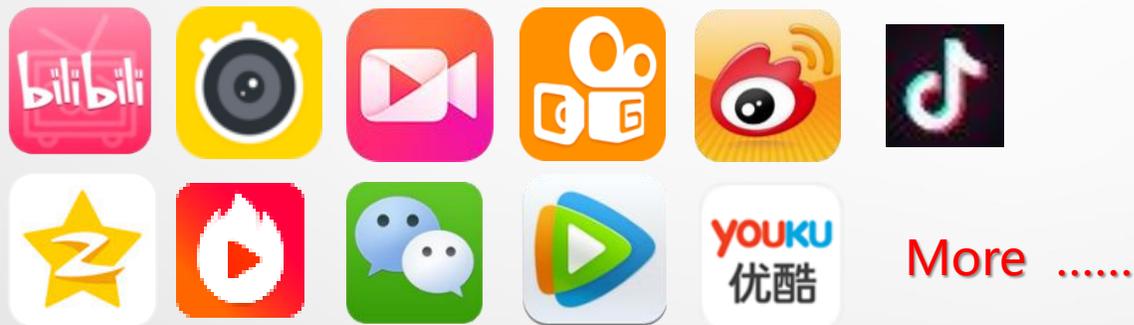
原创视频链接：

<http://www.meipai.com/media/1024753361>



经过两个阶段的推广，原创6条短视频总播放量为8800万+，点赞量24.3万+，互动评论量2万+，短视频内容平均CPM为5.9元。

本次KOL传播项目广告化价值总计388万元，平均传播效果ROI为860%，整体传播效果突出。



覆盖20+主流社交视频平台