



Top
Mobile
Awards

东鹏特饮短视频企业号运营方案

- ◆ **广告主:** 东鹏特饮
- ◆ **所属行业:** 快消
- ◆ **执行时间:** 2018.06.24至今
- ◆ **参选类别:** 短视频营销类

背景：2018年不仅是体育大年，更是东鹏特饮的体育营销大年。尤其是在6月世界杯期间，东鹏特饮打出了一套漂亮的组合拳，首先成为央视世界杯转播赞助商，为品牌体育基因背书；其次签下了葡萄牙国家足球队，进一步深化“足球元年”体育营销战略布局。随后又与优酷世界杯合作，加深品牌与用户的互动。可谓海陆空三大战队齐发，迎战世界杯营销。在此期间，东鹏特饮为了引起年轻人的关注，实现品牌的年轻化，他们想到了**抖音企业号运营，并与我们达成了第一期的合作！**

目标：

- 将营销活动与东鹏的目标用户结合管理运营
- 实时获知用户对于品牌活动的理解，强化传递“年轻就得醒着拼”的服务理念
- 吸引90后、00后用户对品牌的关注，实现品牌年轻化
- 沉淀品牌资产，构建优质用户资源池，以他们为品牌的意见领袖作用于未来营销

洞察：通过对抖音企业号进行观察，我们发现，运营表现优秀的企业号，都赋予了品牌以清晰的人设和年轻化的品牌个性！且能在内容风格上与品牌调性保持高度一致。因此，我们在卡思数据的支持下，在抖音官方企业号上塑造了“鹏哥”这个IP。

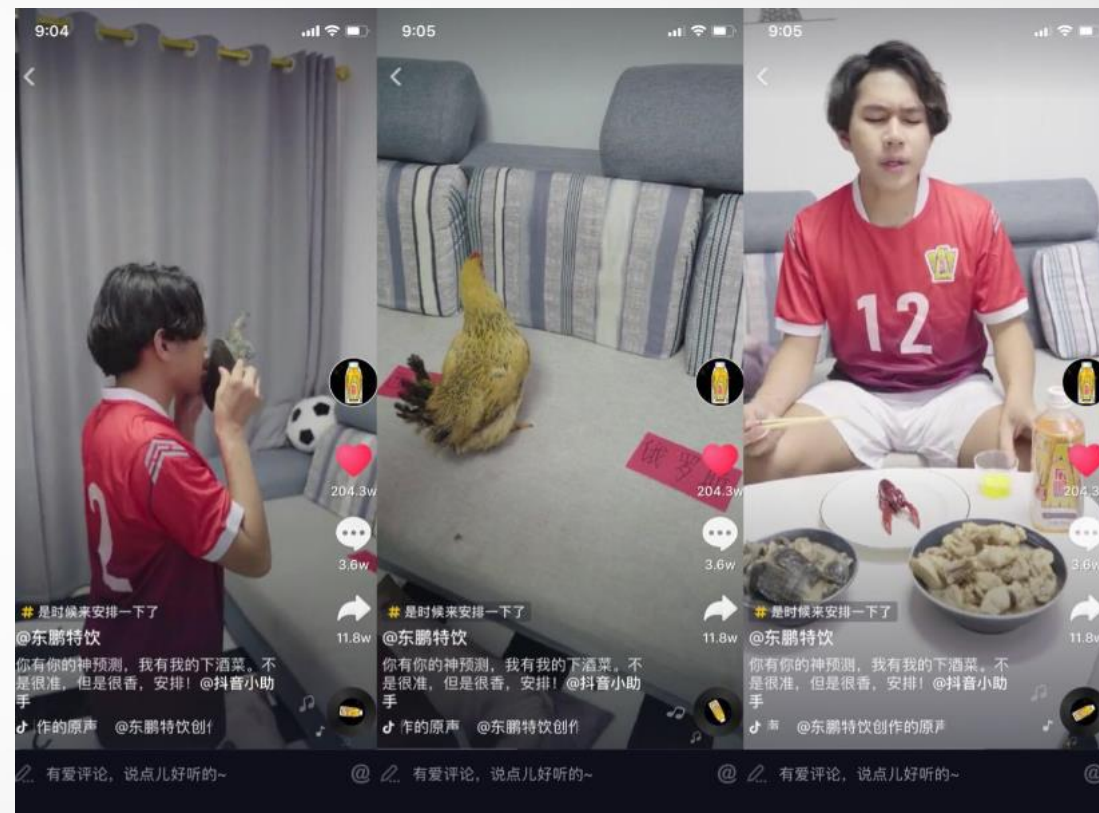
营销策略：人格化运营抖音企业号

鹏哥具有一定的人物标签，包括葡萄牙队球迷、具有拼搏精神等。鹏哥所具有的人物关系网，包括老婆、老板以及猫咪，通过鹏哥的日常故事突显人物特性，从而传递品牌要表达的“年轻就要醒着拼”的slogan。

创意：在第一期运营东鹏企业号的过程中，我们共计为东鹏制作了22条视频，我们以爆款视频案例作为创意说明，来为大家解读我们的创意思路！

1、卡思数据在运营期间发现，抖音视频最热关键词里有：赌球，二字！赌球危害不言而喻，但如何让用户以轻松的方式接受赌球危害呢，我们借助三个神兽，分别是：乌龟、鸡和小龙虾来猜测三场球的输赢，结果全猜错了，从而向抖友们轻松传递了赌球危害性！

2、视频于7月5日上线，在抖音单平台**播放量超5000万，点赞量过200万。本条视频上线后，2天内，为东鹏特饮企业号增加10w粉丝**



<https://www.amemv.com/share/video/6574667923065933069/?mid=6574667950224050952>

核心创意点:

- 通过数据去挖掘东鹏在抖音上的目标TA人群喜欢的KOL类型
- 通过对TA喜欢的KOL发布视频内容分析，去打造“鹏哥”这个素人的人设
- 分析KOL发布的爆款视频内容，并结合每日各视频平台上最热门的视频、热门BGM，进行内容创意指导
- 通过播放量曲线监测以及用户视频内容评论关键词分析，找到他们的兴趣点所在，进行创意内容优化和发布时间优化

数据是我们能够持续运营好这个企业号，且视频内容一直保持高水准的最核心的原因，也是核心优势！

执行：（一）数据驱动，打造抖音专属“人设”

Step 01 TA画像分析

拆解东鹏特饮在抖音上的目标TA画像，包括：年龄35岁以下，男性为主、所在区域集中在广东、江苏、浙江，兴趣爱好为足球、运动、汽车、旅游等；

Step 02 基于目标TA画像，找到TA都在关注的KOL，作为东鹏的人设原型

通过卡思数据，根据TA人群画像找到他们都在关注的KOL，并对KOL发布的视频进行分析，主要分析其粉丝偏好和内容特征，以此作为鹏哥的人物原型。鹏哥的人物特点应该具备如下特征：1) 幽默感、2) 接地气3) 性格鲜明，能够带给人快乐；

Step 03 塑造人设角色并强化人设

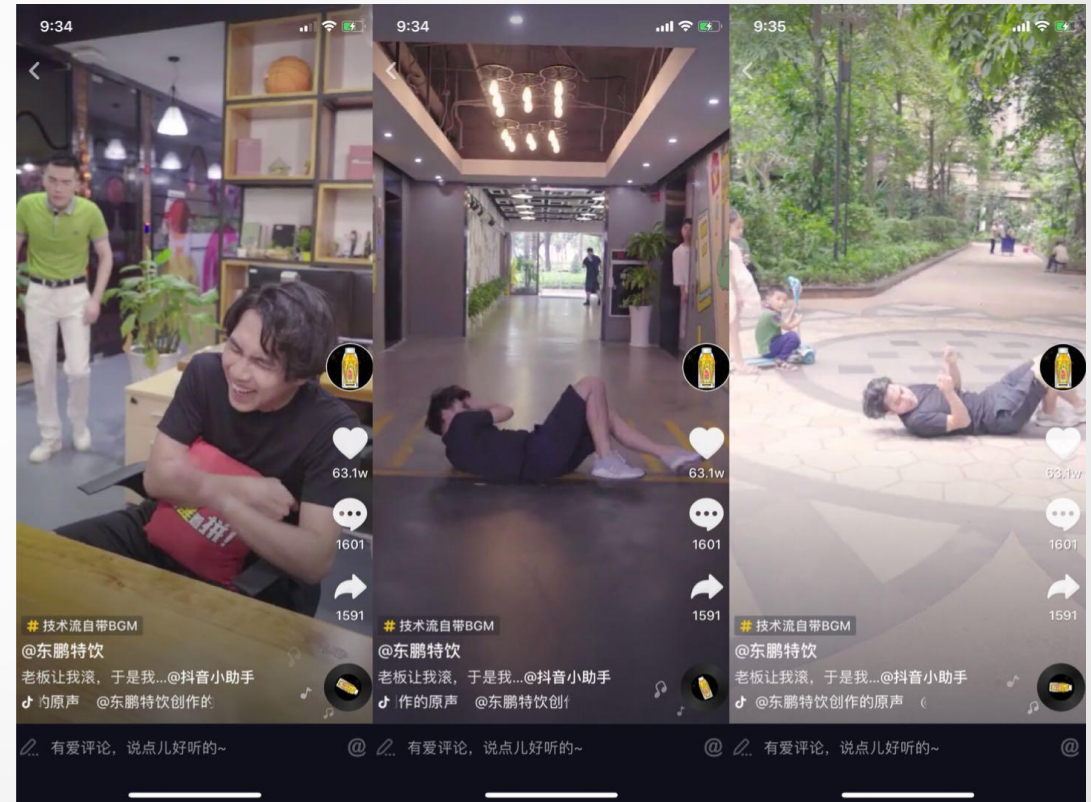
依据上述结果，我们为东鹏特饮在抖音上塑造了“鹏哥”这一角色，他是一个上班族，同时也是狂热的球迷，穿着的衣服，表现出的性格，都极具运动风。同时，为鹏哥塑造了一系列的关系网络，包括时尚、美丽的非球迷妻子，个性鲜明的领导与同事等。



<https://www.amemv.com/share/video/6576210594855128323/?mid=6576210664061143816>

执行：（二）应用数据标尺，指导内容创作

- 我们对筛选出KOL样本的热门视频，以及抖音上的热门视频、热门BGM、热门关键词进行内容维度的分析，**将用户关注点与平台热点相结合**，得到每日的创意来源；
- 基于鹏哥的形象**打造最为符合的视频切入点**，进行内容创作，同时，通过卡思分钟级监测产品，监测每一条视频的用户评论关键词、内容偏好、播放量各峰值出现时间，从而优化后续的视频创意和发布时间。



<https://www.amemv.com/share/video/6575406279001378052/?mid=6575406364045085454>

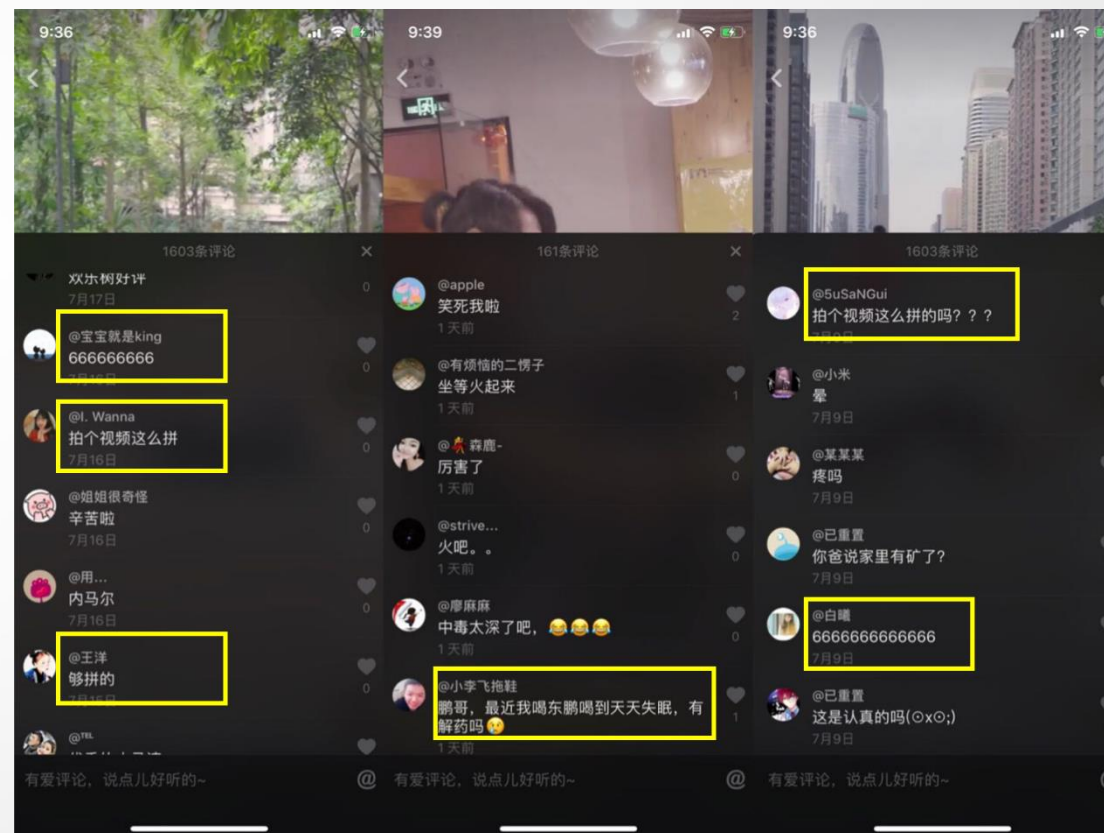
效果:

东鹏特饮第一条视频发布时间: 6月24日, 从6月24日-7月24日期间, 围绕世界杯共上线了22条视频, 为东鹏特饮在抖音上**沉淀了26万+粉丝, 视频总点赞量640万**

- 7月5日上线的神兽预测篇内容在抖音单平台播放量超5000万, 点赞量过200万。本条视频上线后, 2天内企业号增加10w粉丝
- 7月9日上线的#朋友圈篇#播放量超2500万, 点赞量过100万。吐槽女生在朋友圈和现实生活中两种截然相反的状态, 引起男女用户的共鸣。

神兽篇视频上线之后, 其视频评论中大量出现#从下酒菜那里过来的请举手##我只关心猫呢##我始终忘不了你的那个眼神#, 带动企业号其他视频的点赞量以及评论。

“拼” 这个关键词深入人心



反馈:

客户十分认可我们在企业号运营上的能力，并与我们**签订了年度企业号运营和推广的框架。**

与此同时，我们服务东鹏特饮的案例也被抖音官方所推荐，凭借着出色的内容创造能力和数据分析能力，我们也**成为抖音星图平台的四家服务商之一！**

用户对视频创意非常认可，评论热情也极高

