

小猪短租



◆ 品牌全称:快跑软件(北京)有限公司

◆ **所属行业**:软件和信息技术服务业

◆ **参选类别**:年度最具移动营销创新精神品牌

品牌简介:

小猪短租成立于2012年,是国内领先的短租民宿预订平台,是国内共享住宿代表企业,为用户提供民宿短租服务,为旅行、出差、聚会等多种住宿需求提供了更为多元的选择。

截止2018年7月,小猪全球房源突破42万套,覆盖国内400座城市,以及海外252个目的地,拥有超过3500万活跃用户,在全国超过20座城市设有运营中心。[1] 小猪的房源包括普通民宿,也有隐于都市的四合院、花园洋房、百年老建筑,还有绿皮火车房、森林木屋、星空房等。[2] 在小猪平台上房东可以通过分享闲置的房源、房间或是沙发、帐篷,为房客提供有别于传统酒店、更具人文情怀、更有家庭氛围、更高性价比的住宿选择,并获得可观的收益,而房客可以通过体验民宿,结交更多兴趣相投的朋友、深入体验当地文化,感受居住自由的快乐。

代表案例:

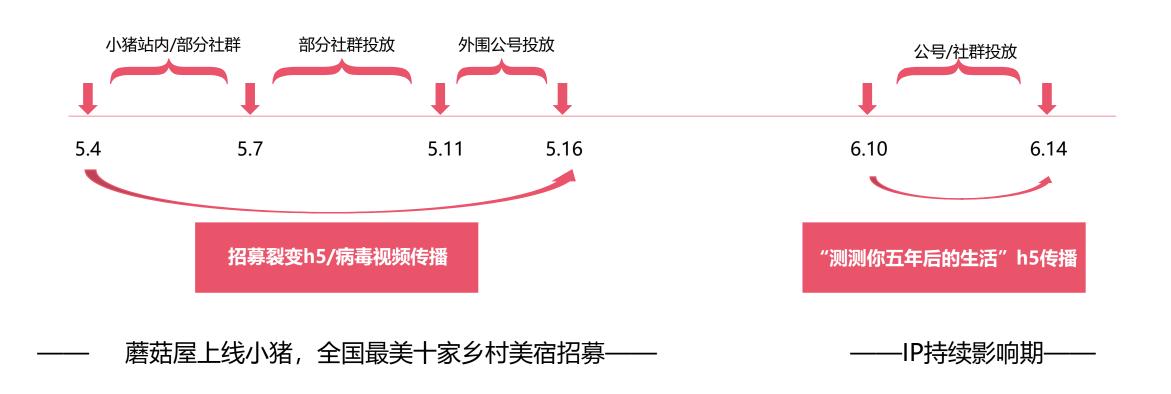
小猪通过房屋实现人与人、人与不同生活方式的链接,创造不同的生活体验,而《向往的生活2》IP本身则在讲述住进乡间的蘑菇屋,朋友们在一起度过一段难忘的生活体验。并且小猪和《向往2》的核心受众人群都有着高度重合,慢生活综艺也很适合旅行和民宿本身的调性,所以有了本次合作。

《向往的生活2》、小猪APP与艾利特营销共同导演一了一出电视 + 线下(产品) + 网络(微博微信等社交媒体)联动的事件营销。

在网络上,小猪利用创意H5,以"测测你五年后住在哪"为主题结合向往的生活元素,进行电视活动的落地招募。

《向往的生活》整合营销传播背景

在4月20日上线的《向往的生活》第二季中,小猪有三期较深度的植入。围绕"蘑菇屋上线小猪"这一主线,我们开展了本次台网联动的整合营销。这次选择和《向往的生活2》娱乐IP进行深度合作的品牌超过13家。



《向往的生活》整合营销传播策略



1

植入剧情与营销传播点深度结合,紧抓用户共鸣点。

植入前期策划就为后续营销做准备,巧妙挖掘产品的核心利益点,将品牌、产品与节目剧情完美高度融合,毫无违和感。植入剧情:出租蘑菇屋缓解明星嘉宾经济,招募压力免费住。

2

传播打法上植入内容定制+15s硬广+社媒传播,台网联动自然顺畅。

第一次植入及第二次植入分别就"蘑菇屋上线小猪"进行了剧情定制,并且配合花字及黄子韬出演的15s硬广提示蘑菇屋上线小猪,下载APP参与免费订,台网联动紧密配合

3

分阶段明确传播任务: 品牌、效果两手抓。

前期通过招募活动做裂变类效果转化,并通过深度内容解读与创意h5做IP品牌端深度延展。



2018年5月小猪代言人传播战役

小猪代言人传播回顾

5.4-6.10小猪代言人传播战役

目标

利用明星代言,扩大小猪声量; <u>传递产品卖点"特色房源",提升品牌</u>好感度从而促进下载转化

亮点

利用代言人流量明星的特质做站内外联动营销,玩转粉丝经济

策略

集中资源打造官宣Big day,借助tvc创意及投放收获路人关注,应援活动收割核心粉丝

外部

硬广

#黄子韬代言小猪短租#热搜

微博微信tvc传播

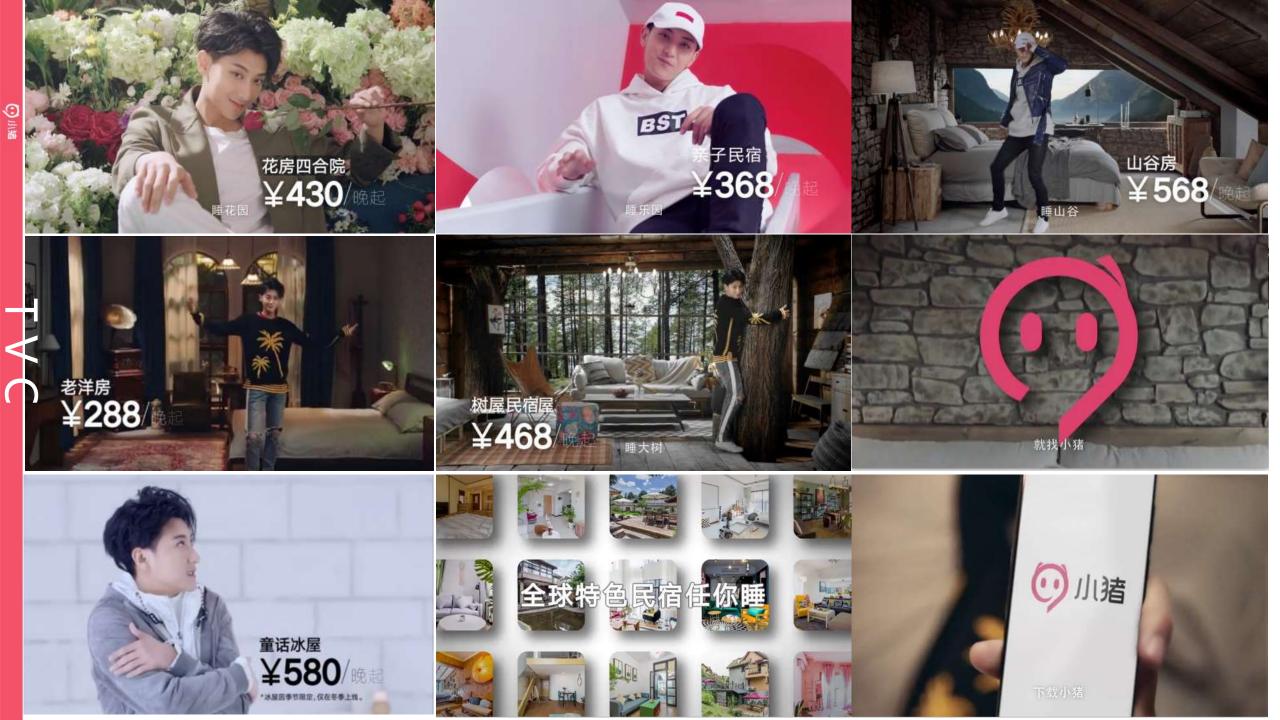
社媒

电视台 + 众多APP开屏 +视频网站+黄子韬演唱会赞助 代言人tvc曝光及品牌传播

通过粉丝意见领袖影响力号召粉丝约

站内

1、发起解锁大屏应援活动,同时以粉丝聚集地为出发点,通过粉丝意见领袖影响力号召粉丝给 应援活动引流;2、搜索"黄子韬"获取独家id,增加与粉丝互动







立即点击领取300元民宿代金券



Copyright @ 2009-2018 WEIBO

跳过



上午10:04



用户

实时

黄子韬代言小猪短租

关注



去睡世界

短

下载小猪



领代金券



小猪短租。

小猪短租网www.xiaozhu.com官方微博

置顶

厂告~



小猪短租 ••

2小时前 来自微博 ... 已编辑

ノ已关注

#黄子韬代言小猪短租# 朋友们,宣布一件大 事情: @CPOPKing-黄子韬 韬韬正式代言小 猪! 个性的民宿和酷酷的我桃最配啦~想跟小 猪和韬韬一起睡天睡地睡世界么, 赶快下载小 猪APP,四合院、乐园房、树屋、山谷房、老 **没户至今球性免尸定任权压厂尺定短扣**



立即 参与

多与黄子稻应援计划

TA口的福利视频 図電短租 鼠找小猪





2018年7月小猪100小时计划

7-8月100小时计划

背景

"100小时计划"的前身[打工换宿]是小猪经典战役,精选优质民宿及有技能的房东,在寒暑假招募学生进行报名体验。本次项目作为活动2.0升级版,邀明星嘉宾互动和二次传播环节,全面创新。 "100小时计划"意指"100个小时学习一项技能"

亮点

重创意,轻投放,大回报 品牌作为桥梁,让明星与普通用户形成亲密关联的非代言跨界合作

官方自媒体

明星

外部投放

- ■报名活动发起
- ■分站精彩活动视频发布持续招募
- ■微博、微信、抖音、知乎全程跟进

- ■每个重点活动目的地都有一组明星参与
- ■明星担任技能导师/嘉宾等身份
- ■明星发布微博分享体验视频,粉丝打call

■重点明星活动视频通过微博kol的方式 讲一步扩大传播

活动体验者持续在社交平台分享精彩瞬间,品牌曝光&口碑双丰收

优质idol 李希侃

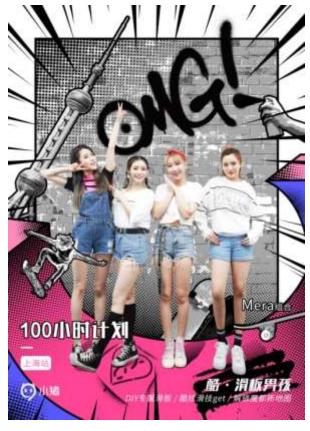




人气嘻哈选手 Bridge

101女孩 吕小雨





偶像团队 Mera组合























