

天猫《荒诞话聊室》微综艺营销

- ◆ 广告主: 天猫
- ◆ 所属行业: 电商
- ◆ 执行时间: 2018.06.14-07.15
- ◆ 参选类别: 内容营销类

- *营销背景和初衷*
- **2018是体育大年，其中四年一届的世界杯足球盛宴，吸引到的不仅是期盼已久的球迷，更成为品牌营销的必争之地。**
- *营销目标*
- **天猫希望借势俄罗斯世界杯进行大事件营销，强化品牌理念和为618大促、天猫国际、狂暑季等各大活动引流。**
- *面临的挑战和困境*
- **世界杯期间各大品牌纷纷加力营销，需要从中突出重围**

- *核心策略与优势*
- **今日头条、西瓜视频双平台联合打造世界杯微综艺《天猫荒诞话聊室》，12期定制化短视频，贯穿世界杯始末，天猫独家冠名赞助**
- **内容泛娱乐**：以病毒性传播的体育内容为核心
- **大咖云集**：最热的体育娱乐明星，最逗趣的主持人
- **深度合作**：场景化品牌定制植入，结合品牌剧情打造
- **制作精良**：国内顶级制作能力，节目研发经验丰富
- **全平台营销**：深度绑定海量资源，矩阵式互动传播

配合天猫专属活动内容，持续一个月火热播出

第一阶段 (6/.14-6/20)

第二阶段 (6/21-6/30)

第三阶段 (7/3)

第四阶段 (7/1-7/15)

天猫618活动

品牌营销
理想生活上天猫

天猫国际
世界杯狂欢季

天猫狂暑季

1

荒诞话聊世界杯开幕

2

俄罗斯会不会出现下一个章鱼保罗

3

太太团来袭 虐死单身狗

4

当世界杯遭遇星盘大阵

5

球场上这波666的操作

6

世界杯球队场下的另类比赛更精彩

7

世界杯球队还要求这种特殊服务

8

世界杯时尚你还觉得与你无关吗

9

解锁世界杯球迷新姿势

10

世界杯中人人都是戏精

11

这些规则都不知道你在看什么球

12

2018世界杯荒诞之宗最

- *创意实施*
- **12集微综艺视频制作播出，邀请李诞、李响、郜林、赵旭日、秦凯、冯喆、张呈栋、陈露、张虹、刘璇、谯龙、江钰源、王仪涵、韩天宇、傅首尔、莫小棋、李林、刘铠瑞、潘采夫19位文体明星加盟演出**
- *媒介应用的优化与组合*
- **今日头条、西瓜视频推荐、娱乐、体育频道主推，悟空问答软性传播，名人/KOL微头条、微博社交传播**
- **开设节目头条号和专题**
- *视频链接*
- **<http://www.365yg.com/i6574259449974751752/#mid=1595535274596365>**



Top
Mobile
Awards

媒介&执行



配合每期话题定制不同风格海报，与当期节目同时上线，在社交平台广泛传播

- *核心亮点*
- 在节目播出期间，恰逢天猫各类促销活动高峰期，从天猫618趁热嗨，到天猫国际世界杯狂欢季，再到目前正在火热上线的天猫狂暑季，《荒诞话聊室》针对每个项目突出的不同特点，配合节目内容，在专属环节通过谈话与埋梗，以原生的方式与用户沟通，潜移默化植入内容，做到节目、品牌双箭齐发，将短视频IP的巨大流量转化成商机，实现短视频栏目与商业品牌的互惠互利。

- *执行效果*
- **单集播放量均超过410万**
- **总体12集播放量超过5520万**
- *客户点评*
- **天猫这次冠名的今日头条、西瓜视频联合推出的《荒诞话聊室》是首次尝试移动互联网微综艺，在世界杯期间就泛热点话题，结合脱口秀形式，让人眼前一亮。整档节目深度结合天猫品牌，让天猫与内容紧密捆绑，不失为一种事件营销的范例。**