

# 脉脉x哈罗单车#交换蓝天#互动营销项目

- ◆ 广告主: 脉脉
- ◆ 所属行业: 互联网
- ◆ 执行时间: 2018.07.20-2018.7.30
- ◆ 参选类别: 创意H5营销类

# 案例链接

H5链接: <http://www.html5case.com.cn/case/maimai/1/>

扫码浏览H5



## 大背景：

- ① 品牌定位：脉脉立足于成就职业梦想，决定联合提倡生活新方式的哈罗单车，引导用户通过#交换蓝天#的方式，互换7天城市生活，主打“交换生活方式”理念；
- ② 用户情绪：职场人正在经历环境焦虑、财务焦虑、工作焦虑...基于这种情绪，用户想要从一个城市去到另一个城市的愿望十分强烈；

## 时机：

- ① 宏观背景：2018年7月3日，国务院公开发布《打赢蓝天保卫战三年行动计划》，引发大众对蓝天的关注；
- ② 2018年7月中旬，北京连绵不断的暴雨掀起了一波用户情绪；
- ③ 同时段，刚躲避过台风的上海出现双彩虹，引发一波晒蓝天热潮。

## 策略：

### ① 用事件营销冷启动

小流量撬动大流量，由明星粉丝头目许愿，蓝V接力满足愿望，酝酿事件，引发悬念；

### ② 数据报告×蓝V联合海报发起活动

1) 基于职场人情绪，发布职场人求生欲报告；

2) 数十名蓝V联合发起蓝天海报，切入主题。

### ③ H5掀起社交狂潮

上传蓝天照片，通过跟陌生人交换蓝天图片，生成蓝天码，得到向往值，从而获得交换城市生活的机会。

## 传播创意:

- ① 小流量小成本的微博引爆;
- ② 小成本大范围的蓝V联动;
- ③ 结合时下最火的词语“求生欲”，打造一份有话题有噱头的求生欲报告。



## 蓝V联动：

 蘑菇租房  
7-23 来自专业版微博

#交换蓝天# 这里的蓝天很小资，希望你来拍下陆家嘴的摩天大楼。我是蘑菇租房，我在上海等你。👉你最想交换哪里的蓝天？关注@蘑菇租房转发本微博并扫描海报二维码参加活动，7月30日抽3人送出288元现金，并有机会和陌生人交换7天城市生活！❤️



#交换蓝天#

📩 1153    💬 112    👍 118

 喜马拉雅FM  
7-23 来自微博 weibo.com

【转发，抽送现金红包👉】#交换蓝天# 我是喜马拉雅FM，我在上海等你。关注@喜马拉雅FM，转发并@三位好友，抽3位送688元现金红包。马上识别海报的二维码，跟陌生人交换蓝天图片，互换7天城市生活吧！



#交换蓝天#

📩 2403    💬 532    👍 1447

 饿了么网上订餐👉  
7-23 来自微博 weibo.com

#交换蓝天#你最想交换哪里的蓝天？关注@饿了么网上订餐 转评本微博并扫描下方二维码参与阿饿君与@哈罗单车 x @脉脉的合作任务，7月30日抽2个幸运儿送出价值199元/罐御泥坊面膜，并有机会跟陌生人交换7天城市生活！#饿V联盟#



#交换蓝天#

📩 373    💬 307    👍 46



## H5创意:

### ① 制造社交货币的同时打造炫耀的资本

1) 社交货币：将蓝天图片变为视觉性介质，门槛低且视觉冲击大；再冠以“交换”的概念，激发受众的好奇心及社交欲望；落地页采用拼图的形式，附以交换者的信息，加强此次社交活动的真实性；

2) 炫耀资本：在H5的落地页，呈现交换者与被交换者的蓝天照，为受众展现审美提供入口；文案结合个人性格特征+有蓝天特色的旅行地+绑定名人的方式，赋予受众一定的虚荣心，激发炫耀心理，刺激分享。

### ② 升级概念，利益刺激

将“交换蓝天”升级到“互换城市生活7天”，利益刺激点强化用户的参与欲。

## 互动H5页面：



## 核心创意点:

### ①低成本“冷启动”

用低成本的“kol”来启动传播，最终达到不亚于找高价大V的效果

实现微博话题阅读量293.1万，参与人数2.5万人



### ②创意亮点:

2013-2018年微信营销H5发展以来，从未出现“交换蓝天”的图片互动类创意，属于业界首创。

### ③传播亮点:

微博联合34家企业联动传播，整体传播费用几乎为“零”，完全靠内容驱动和渠道谈判来获得流量。

## 执行:

阶段一: 7月20日-22日

- ① 7月20日, 明星粉丝(粉丝量17W+)发起话题;
- ② 脉脉、哈罗和34家蓝V官微立即转发此条微博并加上指定文案

阶段二: 7月23日-31日

- ③ 微博联动34家蓝V, 官微直发指定文案+指定海报(粉丝总量达: 2655W+; 阅读总量达: 126W+; 其中微博话题#交换蓝天#阅读总量达: 294W+)
- ④ 布局微信矩阵: 脉脉和哈罗自有媒体+7家垂直行业微信KOL(粉丝总量达: 581W+; 阅读总量达: 23W+; 其中一篇破10万+)
- ⑤ APP站内资源推广:
  - 1) 脉脉: 开屏1天+feed流2天;
  - 2) 哈罗资源: 开屏1天+弹窗2天+长期活动中心
- ⑥ 新闻稿:

36氪首发; 搜狐科技、凤凰科技等5家媒体转载; 腾讯、凤凰、TechWeb、科技讯、慧聪网、TOM、中国日报网等13家媒体发布

## H5:

① PV为66.6W

② UV为57.7W

③ 全网曝光总量：1200W+

④ 主要覆盖中高端用户，辐射受众跟目标受众重合度高：

1) 用户覆盖了336个城市，其中前6城市：杭州、合肥、成都、武汉、郑州、南京（强二线为主）；

2) 移动端用户95.95%，其中无线safari浏览器用户达到82.2%。