

爱奇艺 VIP 会员 快乐要尽兴

广告主：爱奇艺

所属行业：在线视频

执行时间：2019.01.15-02.15

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

行业背景：一二线付费会员市场趋于饱和；三四线市场逐渐成为激烈的战场；

竞品动态：腾讯视频、优酷先后进行了代言人推广；品牌竞争日趋白热化；

内容联动：头部自制剧综《黄金瞳》《青春有你》即将上线；张艺兴作为主演+导师，热度空前；

品牌需求：爱奇艺 VIP 会员品牌希望不断保持高曝光，持续和年轻用户沟通，保持品牌活力。

营销目标

艺人与平台的多重紧密联系在强大热度下集中高度曝光，强化消费者对于二者之间的品牌联想度，为爱奇艺平台的这一新晋品牌打造积极的市场形象和口碑。

1、广度覆盖：针对广大爱奇艺用户，传达爱奇艺 VIP 会员 “高效快乐” 的理念，提升品牌的好感度和年轻化程度，挑战 10 亿+曝光覆盖；

2、精度沟通：覆盖粉丝群体，利用代言人建立品牌关联，最大化曝光品牌，转化张艺兴粉丝为爱奇艺 VIP 会员用户。

策略与创意

【用户洞察】

1、追求酣畅淋漓的畅快感；2017 年 10 月，Netflix 发布的部分用户观剧 习惯数据中显示：越来越多的人喜欢在剧集 完整放出后的一天内刷完整季。这一现象 仅在 2013-2016 年间就激增了 20 倍。

2、需求要被精准的满足，只想要自己喜欢的；

3、喜欢新鲜感喜欢变化和突破，喜欢新鲜的事物和玩法，遇到新鲜的都想去尝试。

【主题策略】

在爱奇艺 VIP 会员代言人赵丽颖×这里有我爱的一切与陈伟霆×快乐不等待的背景下，延续“高效快乐”的理念，将用户追逐的酣畅淋漓的快乐，植入传播当中。体现品牌年轻活力的同时，满足了用户的期待和需求，拉近品牌和用户的距离

【创新亮点】

- 1、官宣首日，通过《青春有你》看片会官宣，随后全网通发广告片完整版，不套路不遮掩，让粉丝用户一次看个尽兴，一嗨到底！
- 2、扫描广告片中二维码即可进入 H5 页面，即可定制与张艺兴的同框合照，解锁大屏！联合姜饼 APP，场景合拍定制化宠粉！
- 3、线上线下全渠道打通联动，物料分区域多维度有重点曝光：联合张艺兴工作室、MBD、爱奇艺泡泡、内容营销、BD、PR 等业务线进行花式创意传播！

A.代言人：根据张艺兴的个人特质，选择张艺兴的家乡长沙作为重点城市进行投放

B.时间点：紧抓两大线下人流量高峰区间——春运、春节；选择 8 城高铁，7 加影院等春节人流密集地投放。

C.异业合作覆盖年轻群体线上合作：通过与垂直领域的 APP 合作，覆盖更多年轻用户；线下合作：拓展年轻人喜好品牌，通过 co-branding 将品牌线下优势转化成爱奇艺多层次品牌认知。

执行过程/媒体表现

- 1、首次联动代言人工作室发起 AB 版预热海报，打破单项宣发，关键词悬念海报点燃饭圈热情！



2、品牌结合头部 IP，热度加倍，尽兴到底，助推热度峰值！



3、QR Code 创意植入，更惊喜更尽兴！仅上线 3 天时间，二维码访问量破百万！



4、用“赞”打破常规，品牌应援“尽兴”突破！覆盖人次 15,345,567，张艺兴代言博文互动量 4,509,762，阅读量提升 24,472,404。



5、内容+代言，打通专属第五屏，黄金瞳列车营销事件、魔都寻找 3.7w 个张艺兴，引导粉丝线下打卡。



营销效果与市场反馈

一上线热度与口碑双开挂，传播总曝光破 15 亿。

1、广告片整体 CTR=1.6%；动态开屏点击率达 6.9%；TVC 站内热度 4,454；（当天跃居爱奇艺娱乐榜首）；

2、全渠道多形式硬广资源，相关热搜上榜 6 次；线上线下硬广覆盖人数超 1,486,000,000+；

A.站内：商广、内广相结合，27 天达到 6.86 亿次曝光；超级品牌日，二线、三线及以下地区点击率 5.13%，点击率为近年品牌代言活动最高；手机端动态开机屏首日投放，双端平均点击率高达 6.9%，是近两个月平均值的两倍。

B.站外：根据两大时间节点，策划不同场景的媒介方式：高铁辐射 28,966,000 人次、8 城市 13 站；机场辐射北京、杭州，覆盖人次 760.5 万；影院渠道，春节档电影大片云集，众片票房高达 58.59 亿元，使得爱奇艺品牌在此期间强势曝光。

3、创意二维码彩蛋，访问总 UV 超 91 万，粉丝同框照近 3 万张；

4、独家定制点赞特效”获赞数 35 万+；

5、联合艺人工作室 4 支主题花絮互动总阅读量：470 万+；

6、38 家各行业受年轻用户喜爱的 APP 开屏强势助攻。



(数据来源:《爱奇艺VIP代言项目结案》-微博指数、百度指数、微博、爱奇艺官方平台等)