

#山东为爱留下来#全网跨屏营销

广告主：山东世茂

所属行业：房产

执行时间：2019.12.07-2020.01.07

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

返乡置业是房产企业的传统节点，如何做出新意，带动网友参与是我们思考的方向。

#山东为爱留下来#整合全网资源，聚焦“爱”这个永恒的主题，引发山东网友对于生活的深入思考。

活动以漂在一线，想回家而不能的年轻人为主要目标群体，打出“爱，就是我们一直在一起”概念，唤醒他们对于返乡置业的热情。

营销目标

#山东为爱留下来#活动以带动全网网友参与为营销目标，联合新浪微博、滴滴出行、抖音等全网平台，打造全网传播事件，引发年轻群体对于家庭、亲情，乃至山东发展的思考。

策略与创意

1 个主题：主题为“爱”，对家乡的爱，对亲人的爱，对家庭的爱贯穿始终。

2 个手段：一为责任，对自己，对家人，对爱人的责任；二为理由，回家不是失败而是为了更好地生活品质，不需要太多借口。

3 个内容：一篇刷屏文章，一段扎心视频，一个温情 H5 三大核心素材。

带动产出其他素材进行微博活动和话题运营。

执行规划

环环相扣，一步一步提升话题热度

话题发起 11.29-12.06	热度提升 12.09-12.12	长尾传播 12.13以后
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 扎心实验视频发布，带出话题 重点推广平台为微博视频以及秒拍视频，其他视频平台也会上传发布 ◆ 关怀海报放出，引发共鸣 通过后台标签，对准山东外出的漂泊青年心上再扎一刀 ◆ 微博投票，明星喊你做邻居 回到山东老家，你最想跟哪个山东籍的明星做邻居呢 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 《漂泊青年》长文发布 微博女性向情感类大号发布文章，目标年底再刷屏 ◆ 微博投票，你最想家的理由 想跟妈妈一起下次厨还是想跟爸爸喝醉一回，又或者配奶奶出门转转 ◆ 温情H5上线，理由是爱 通过H5讲一个温暖的故事，让观看者反思爱与亲情 ◆ KOL预告滴滴异业合作活动 KOL转发视频，海报，文章等活动素材，并预告滴滴活动即将上线 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 滴滴异业合作活动上线 制作活动落地页，滴滴活动开始进行线上的预约和线下的落实 ◆ 年终优惠落地 世茂年终优惠上线，实现转化 ◆ 活动复盘 复盘文章总结整个活动流程并在新浪山东头条双端发布，持续转化

纪录片：

http://m.v.qq.com/play/play.html?vid=d30527u44er&ptag=4_7.8.5.23034_copy

执行过程/媒体表现

- 1、活动以“为人子女，你给自己打多少分”为切入点，邀请五组漂着的年轻人和他们的父母，坐下来和我们一起聊聊内心的期许。
- 2、12.9 日上线预热海报“想家系列”，讲述漂着的年轻人在外的每个艰难瞬间。



- 3、12.11 日上线原生视频预告片——“哭”“笑”，邀请网友感受泪水及笑容背后的故事。



两个预告片：

<https://v.qq.com/x/page/y3060lv85v2.html>

<https://v.qq.com/x/page/e3060fzjrxg.html>

4、12.12 日上线预热海报“逞强系列”，描述我们和父母互相逞强的动人时刻。



5、12.14 日上线预热海报“对话系列”，为访问中的素人制作父母对话海报。



山东为爱留下来-访问视频：

http://m.v.qq.com/play/play.html?coverid=&vid=l3035yo8oso&vuid24=MSSL3MxhHF5p mgi7khw%3D%3D&ptag=4_7.7.2.23017_wxf&second_share=1&from=singlemessage &isappinstalled=0

6、12.15 日，原生视频由@新浪山东首发上线。

视频上线 1 小时，微博互动突破 1000 人次，话题#山东为爱留下来#顺势登录微博热搜第六位，微博大 V@青岛微生活、@鲜城济南、@济南超人、@济南微博房产、@青岛微博房产等自发转载视频，无数网友评论：看哭了、想家了。

新浪山东  ▼

小时候我们总是想着快快长大，可真的长大后才发现，原来成长的代价是彼此分离。他们笑着说自己的故事，却忍不住落泪，不及格的分数里更多的是对父母的亏欠，听完他们的故事，你又可以给自己打多少分呢？ #山东为爱留下来#  #山东为爱留下来



远方还是家乡，是我们都面对过的问题

0:02/5:00   微博 

山东为爱留下来

其实看过世界的人，最想回家

点击查看

2019年12月15日 10:24 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 1886

评论 2765

 13589

短短 30 个小时，话题阅读突破 1 亿，讨论突破 1.5 万！

截止今日，已有超过 1 万位微博网友在#山东为爱留下来#话题中留下了自己的动人故事，省内政务微博@烟台事、@潍坊交警、@新浪山东头条等也自发加入话题讨论。

#山东为爱留下来# 分享 申请主持人

阅读1.3亿 讨论1.8万

综合 实时 热门 视频 图片

导语：走得世界的圆，走不出故乡的圆，阅遍世界，方才更懂心的回归，世界再大，总要回家，世茂让漂泊的心安定下来，让和煦阳光，遍布家中的角落，让你离陪伴不远，距幸福很近。

#山东为爱留下来#



远方还是家乡，是我们都面对过的问题

话题主持人

 济南微博房产 

这里有你最关心的济南及周边楼市资...

已关注

话题贡献者排行



7、12.20 日电台栏目《言值》节目上线#山东为爱留下来#特别篇，节目上线八小时，观看量 6.1 万次。

8、12.21 日超级大 V@思想聚焦发布视频解析文章《明天冬至，你回家么？》引发网友广泛讨论。



9、12.23 日抖音上线话题#山东为爱留下来#，参与量突破 10000。

10、1.5 日上线 H5《我来到这个城市的第一天》，H5 参与量 2000+，众多网友纷纷表示想要回家，留下来，为家乡发展做出贡献。



11、1.7 日上线活动纪录片，复盘我们对于返乡置业以及内容营销的思考，回顾#山东为爱留下来#想要传达的感情细节，全面提升网友对于山东世茂的品牌好感度。



营销效果与市场反馈

微博话题阅读：1.3 亿；微博话题讨论：1.8 亿；单条微博互动：18240；原生视频播放量：980 万；微信公众号阅读：4.5 万；抖音话题播放量：1.3 亿；抖音话题下视频：1.1 万个。