新浪营销•万物新生

广 告 主：新浪
所属行业：互联网
执行时间：2019.01.01-02.01
参选类别：视频内容营销类

营销背景

新世代下，媒体公司如何破局营销？

作为互联网媒体的领军者，新浪营销在营销界也玩的风生水起，不管是新浪的营销生态体系，战略布局，创意玩法还是成功案例，我们都做的很好。

以往，我们更多都是 hi 通过 H5 或者案例视频，聚焦某个案例，来彰显新浪营销的专业实力。如今，我们需要推出一个官宣视频，从更宏大的视角，来阐述新浪营销。

营销目标

新浪是什么；新形势下新浪营销是什么；媒体公司如何驱动营销的持续变革……

通过一支视频，我们要回答这些问题，在行业内树立新浪营销专业权威形象；在全网输出新浪营销的制胜法宝。

策略与创意

新世代 万物新生

有的人说消费升级，有的人说消费降级，不管怎样，我们说出的环境正在变的越来越多元，消费者的注意力越来越分散。

在消费人群细分，场景多变，需求个性化的时代，新浪聚焦各类人群，发力多维场景，助力品牌打造有温度的营销，和这个时代建立强链接。

执行过程/媒体表现

紧扣新世代时代变革，新浪营销从科技化、年轻化、全球化三个角度来进行拆解，让每一个营销动作都能为品牌发声。

视频播放链接：

http://video.sina.com.cn/p/edu/2019-02-28/detail-ihsxncvf8586699.d.html

营销效果与市场反馈

新浪视频播放量 1241 万次，行业内外人士一致好评。

立足于消费新生态，从营销角度，提出新浪应对消费升级下的营销战略，从科技化、年轻化和全球化发力，梳理整合新浪各大营销项目和栏目，持续为品牌赋能。