

百度小桔灯 “一堂安全课” CSR 传播项目

广告主: 百度

所属行业: 科技互联网

执行时间: 2019.08-09

参选类别: 公益营销类

营销背景

百度是科技互联网公司, 始终在以科技赋能社会。针对人们缺乏对人工智能技术直观感知的现状, 百度希望以自己特有的内容和技术, 优势转化成 C 端可感知的公益项目, 以塑造品牌社会责任形象。

营销目标

以“百度小桔灯”儿童知识公益平台为载体, 以百度内容和技术优势为公益内容, 让公益行为产生品牌价值。

策略与创意

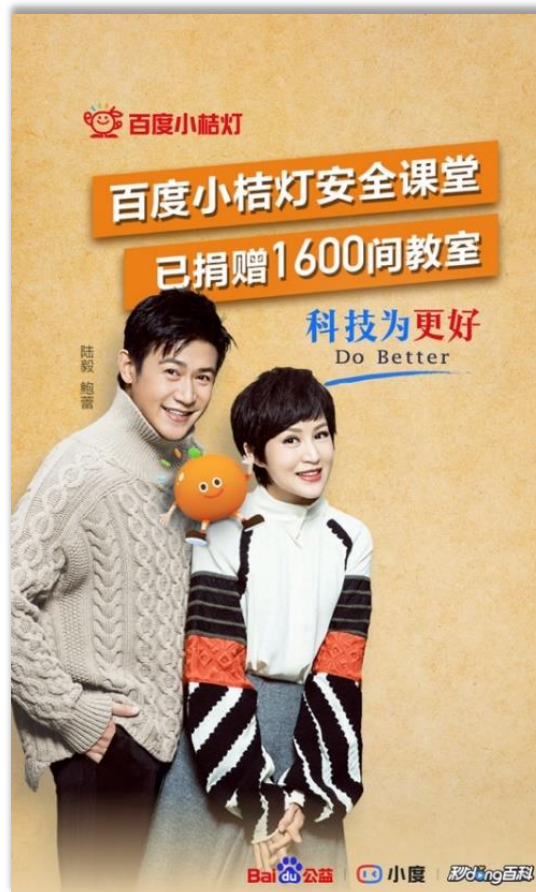
面对乡村儿童缺乏安全常识和自我保护意识的现状, 2019 年 9 月-10 月, 百度小桔灯联合百度公益, 向 50 余所灾后重建学校捐助 300 台“AI 安全助教”。以小度在家(校园版)为载体, 邀请“五防”知识专家产出针对儿童安全的内容; 并联合秒懂百科, 将安全内容制作成轻松易懂的 MG 动画; 结合小度在家(校园版)中已有安全知识内容, 共同制作成“儿童安全教育合辑课件”, 在“AI 安全助教”中上线。

执行过程/媒体表现

- 1、由百度品牌市场部驱动, 百度公益、小度等内部部门强力支持, 协同实现企业价值观输出。
- 2、针对儿童收视习惯整合资源开发安全课件, 真正实现“科技为更好”。



3、 鲍蕾、陆毅联合传播，善用粉丝资源与品牌实现形象共赢。



4、记录视频《一堂安全课》打动人心，筛选和包装真实人物案例：陪三代人上下学的“长不大的老师”，以真实案例打造“AI 安全助教”的样板间。

视频链接：

百度小桔灯“一堂安全课”，为山区孩子送去安全知识

https://v.qq.com/x/page/p3014avg4xs.html?vuid24=ff%2FbztlaaSc8jZC0KwCnXw%3D%3D&ptag=2_7.6.5.20239_copy





5、通过公益传播，项目共获捐 3 万余元。



营销效果与市场反馈

- 1、公益地点覆盖 50+ 学校、300 间教室，资源位平面曝光 3.8 亿次，有效提升品牌形象；
- 2、课程形式新颖、内容优质，“AI 安全助教”获得孩子们一致好评；
- 3、记录视频《一堂安全课》累计播放量达 241w；
- 4、百度双微矩阵、三方微博大 V、三方微信大号联动传播三方微博累计阅读 700w，微信 9.5w；引发网友热议；50+ 蓝 V 联合推转，形成 14w+ 互动；
- 5、覆盖凤凰网等头部网媒和公益类媒体，累计阅读量 81w+。