

双11背后的阿里云

广告主：阿里云计算有限公司

所属行业：信息科技服务

执行时间：2019.10.24-11.16

参选类别：出海营销类

营销背景

创立于 2009 年，阿里云已成为亚太第一、全球第三的云服务供应商，致力于以在线公共服务的方式，提供安全、可靠的计算和数据处理能力，让计算和人工智能成为普惠科技。

作为全球知名购物狂欢节，双 11 在全球范围内越来越受关注，规模也不断扩张。身为阿里巴巴技术骨干的阿里云，经受住了历届双 11 带来的技术考验。天猫双 11 的全面成功，就是阿里云产品和服务最有力、最硬核的证明，而这个历经全球最大规模线上购物活动考验的优势是其他竞品不具备的。行至十年，阿里云的技术和服务日臻成熟，十分愿意借助双 11 的东风让海外用户增进对阿里云的了解，享受云科技的普惠服务。

营销目标

提高品牌认知度与认可度；提升用户对双 11 背后的阿里云产品的认知；推广优惠，促进用户购买转化。

策略与创意

活动以东南亚受众为主，覆盖欧美用户。深耕 Facebook 平台，借助双 11 这个知名全球。

购物狂欢节的契机，开展以“双 11 背后的阿里云”为主题的推广活动。活动分预热期、发酵期、高潮期、延续期四阶段进行宣传：

预热期先**解析往届双 11 背后的阿里云技术**，在此基础上推出阿里云产品优惠；

发酵期推出 Facebook 小游戏，让用户在游戏中**感知背后的阿里云产品助力**；

高潮期于双 11 当天推出双 11 大咖直播和 Mini ET 创意视频，紧扣活动主题**揭秘今年双 11 背后的阿里云技术**，并号召用户抓紧时间抢购；

延续期分享双 11 战绩和本届双 11 技术博客，加深用户对阿里云品牌和产品的认知。

执行过程/媒体表现

预热期 (10.24-11.05) :

借势 1024 程序员节宣告阿里云双 11 活动 (10 月 24 日-11 月 13 日) 正式开始, 先后发布双 11 来源、往届双 11 成就和涉及技术、重点产品集锦等以预热, **增强用户对双 11 背后的阿里云技术的认知;**



(双 11 起源图)



(往届双 11 成就图)

10 月 28 日起以轮播贴文形式发布系列双 11 所有优惠产品, 用户点击图片即可跳转到双 11 活动网页。优惠贴文持续推广到活动结束, 让用户有充足的时间接触优惠内容, 促进活动转化。



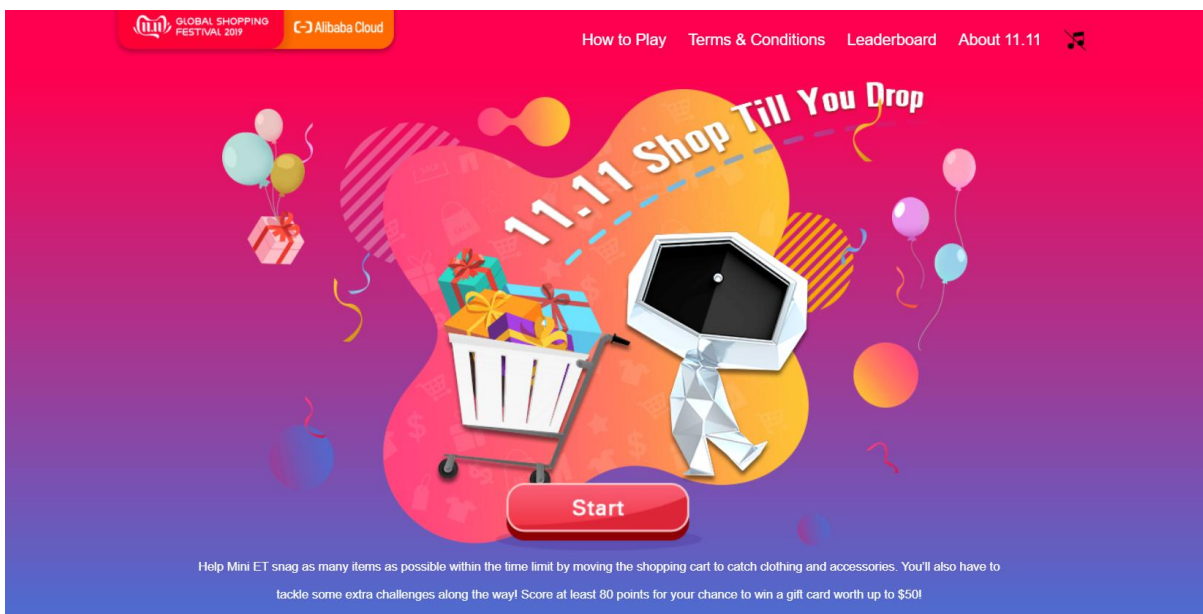
(产品轮播图示意)

1、发酵期 (11.06-11.10) :

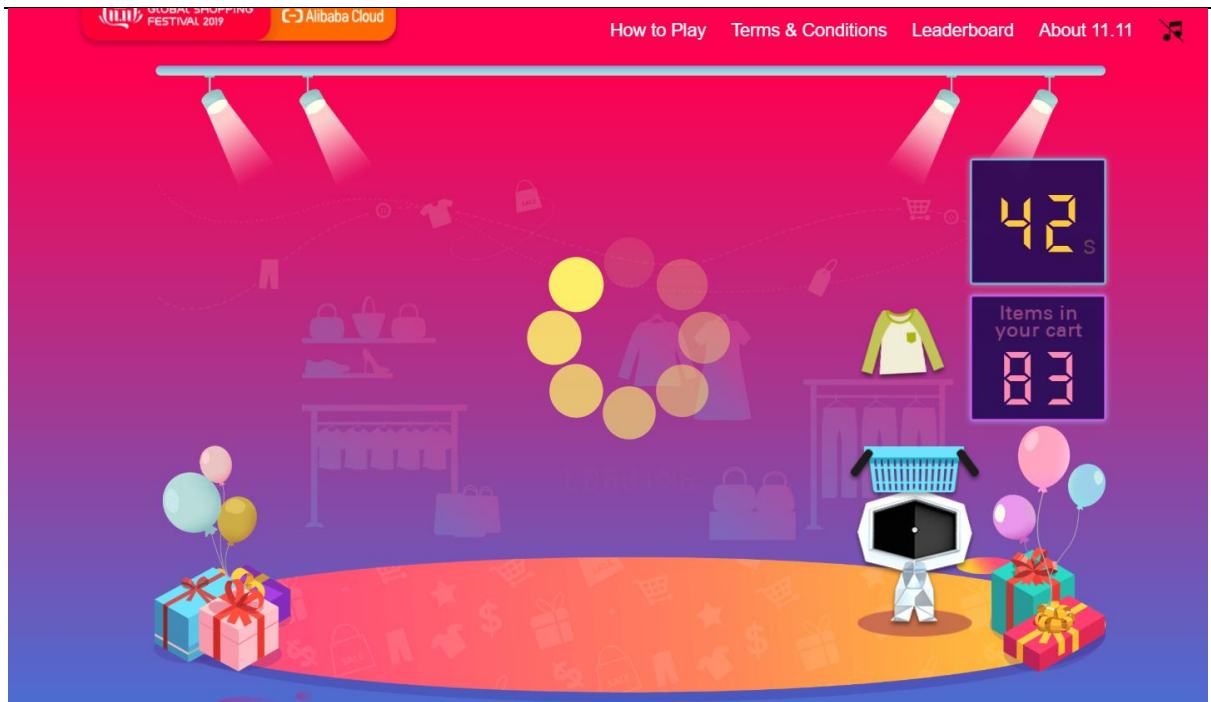
11月6日上线 Facebook 小游戏(于11月20日下线),贯穿双11活动期间,为双11再添热度。游戏以双11购物为背景,模拟用户抢购过程中可能会遇到的四个问题:网页缓冲慢、流量拥挤导致404、用户信息被攻击、无法顺利支付,并设置助力关卡让用户选择可以帮助解决问题的阿里云产品。**寓教于乐,让用户在游戏的过程中了解阿里云产品在网购过程中的重要作用,加深用户对产品的了解。**

游戏网页置入双11页面链接,引导用户至活动页面了解优惠内容。

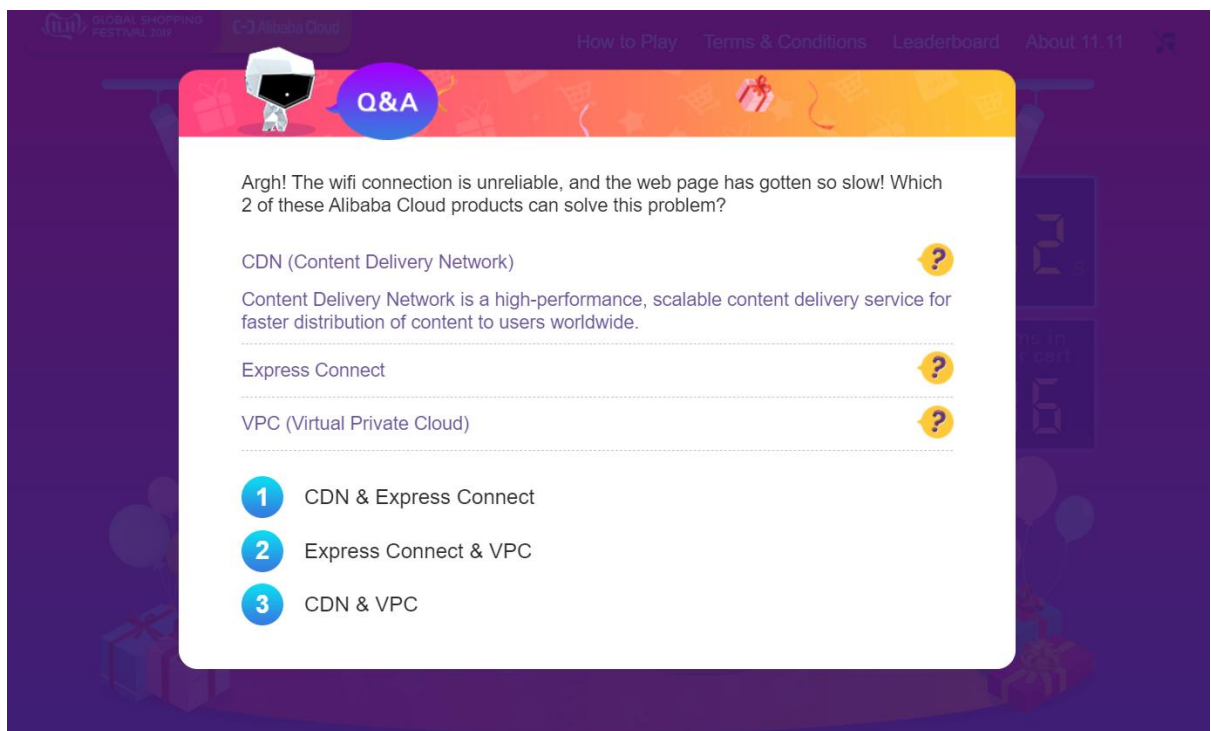
(可点击链接观看游戏: https://v.youku.com/v_show/id_XNDQ2NTQwMTg0OA==.html)



(游戏首页)



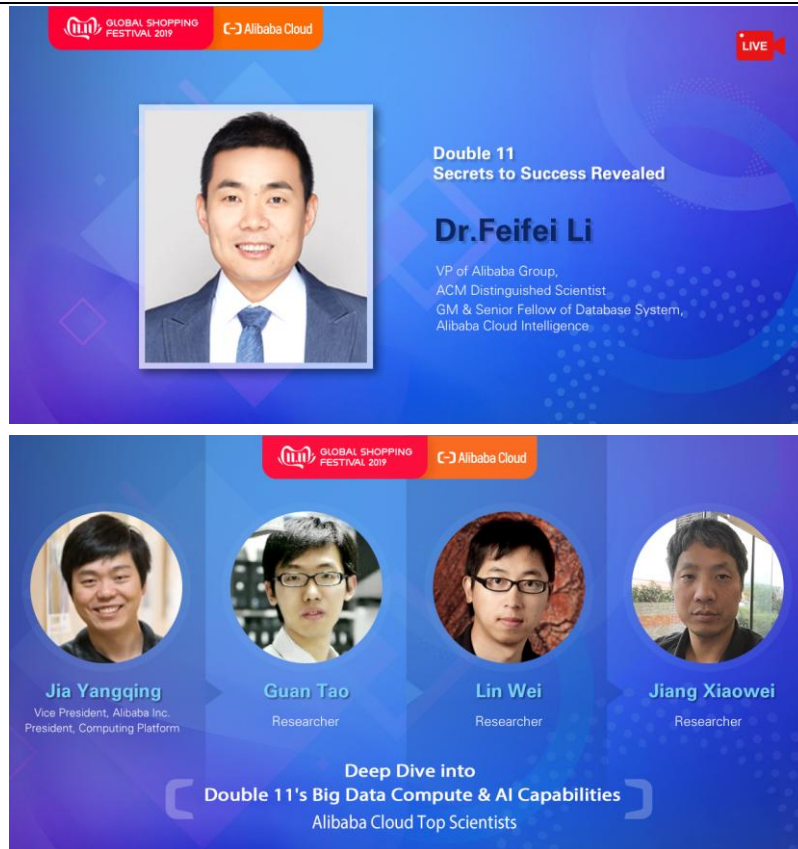
(游戏中出现的障碍示意)



(助力关卡示意)

2、高潮期 (11.09-11.11) :

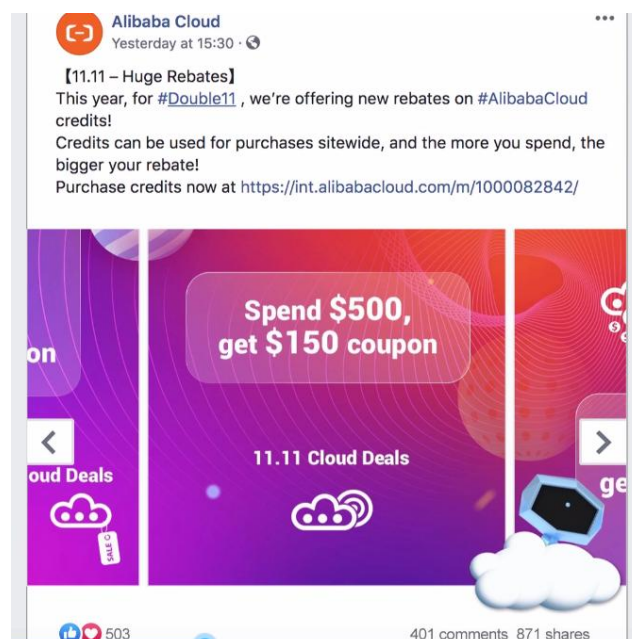
11月9-10日,发布阿里云知名高层李飞飞、贾扬清等人的大咖秀直播预告,11日上午在 Facebook 以直播形式公布新鲜出炉的双11战绩,并揭秘战绩背后的阿里云技术助力等信息, **借势全球关注双11战绩的时机及时宣传背后的阿里云突破性技术**,趁机把活动推到高潮;



(大咖秀直播预告图)

11 日当天再发布一支 Mini ET 创意视频 ,以阿里云在 Facebook 真实发布的优惠产品贴文为背景 ,让吉祥物 Mini ET 突破界面 ,带领用户 “穿越” 双 11 折扣优惠信息流 ,提醒用户抓紧抢购年度大优惠产品。

(可点击链接观看视频 : https://v.youku.com/v_show/id_XNDQ2NTQwMzQyNA==.html)



(Mini ET 视频截图示意)

3、延续期（11.12-11.16）：

发布双 11 捷报、高光回顾、双 11 技术解析博客等内容，延续双 11 热度，同时提高用户对阿里云品牌和产品的认知。



（双 11 技术解析博客图）

营销效果与市场反馈

活动总曝光近 **3,000 万人次**，总互动逾 **130 万人次**，其中双 11 大咖直播观看次数近 **65 万**，双 11 活动页面引流逾 **35 万**，Facebook 粉丝当月增加逾 **2.6 万**，Facebook 游戏独立访客 **2.3 万**，整体数据对比去年大幅增长。

活动围绕“双 11 背后的阿里云技术”开展，通过多样化内容和形式增强了用户对品牌和产品的认知度和认可度，并大大促进了用户的购买转化，达成活动传播目标。