

2019 翼支付 5G 嗨生活岁末营销传播项目

广告主：中国电信翼支付

所属行业：移动支付

执行时间：2019.11.28-12.15

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

随着 5G 商用时代拉开帷幕，新需求、新场景、新业态将不断涌现，在互联网移动支付方面，5G 技术将催生更多元化的支付方式，颠覆当下的消费生活形态。作为具备通信运营商基因优势的移动支付平台，中国电信翼支付应势而谋，率先布局 5G 时代，为用户提供更加精准、便捷的优质服务。

在 2019 年 12 月 11 日至 15 日，中国电信翼支付将联合产业链上、下游生态伙伴，以“5G 嗨生活”为主题开展年末重磅营销活动，以此开启全新的 5G 消费时代。“5G 嗨生活”是翼支付继“嗨 5 生活节”之后打造的又一个购物狂欢活动，活动期间翼支付充分聚焦 5G 技术，推出了众多线上、线下优惠福利及创意互动，开启构建 5G 生态的新篇章。

营销目标

本次“5G 嗨生活”活动是翼支付携手生态合作伙伴，发力 5G 创新的一次重要战略举措，在营销赛道上我们也帮助客户抓住 5G 先机打造全新的消费场景，并在传播中以内容化、效果化、场景化、互动化不仅为岁末活动带来品牌声量，更以快速转化的驱动力影响消费者的使用决策，形成转化。

策略与创意

在传播策略上以优质内容提升品牌内涵，建立活动调性；以精准推广实现营销转化，扩散活动福利，共同打造品效合一。在传播形式上加强线上线下融合，一方面借助中国电信天然 5G 优势，实现互惠共赢，另一方面在创意产出上，突出年轻化科技感，发力 5G 创新形式。为翼支付此次岁末活动形成独特的品牌印记。

在线上以创意长图、热门话题、KOL 种草形成优质内容输出，并搭配今日头条信息流、抖音信息流、头条系 APP 开屏联投精准定向目标人群形成效果转化。互动方面线上以抖音挑战#翼起嗨生活#展示出你的购物秘籍邀请用户参与，促进 5 折立减活动深入人心。线下借助中国电信 5G 优势，在 5 城（北京、上海、南京、武汉、武昌）中国电信营业厅内布置“5G 未来时光馆”创意快闪店，不仅在设计中植入 5 折立减商户信息，并抓住用户对 5G 好奇心，放置 5G 互动拍照设备，让用户主动参与互动，形成自来水提升分享转化。

执行过程/媒体表现

11.28-12.10 预热期

首先通过预热话题#翼支付 5G 嗨生活#、#翼支付城市唤醒人# 创建，并发布预热视频，活动信息等引发关注热度。



#翼支付 5G 嗨生活#话题页



#翼支付城市唤醒人#话题页

12.1 日在北京、上海、南昌、南京、武汉五城电信营业厅打造翼支付“5G 未来时光馆”快闪事件营销，时光馆主要分为展示区及互动区两大展区，借助科技+趣味+互动“网红营业厅快闪店”概念，

通过 KOL 打卡宣传+参与用户自发宣传，引发社交讨论。并且以 5G 体验吸引用户关注，同时引导用户办理电信 5G 套餐及橙分期业务，促进业务增长及营业厅人流量的提升。



快闪店现场除时尚物料搭建和装饰外，通过现场趣味 5G 科技互动产品“子弹时间”及 VR 游戏等互动设备吸引用户参与，引发用户纷纷自主打卡宣传。



子弹时间 180 度拍摄



5G VR 互动设备

12.6 日在线上联动省分公司，面向全网及翼支付粉丝用户开展#翼起嗨生活抖音挑战赛，并以信息流引流打出翼支付 1215 购物节 5 折立减利益点，邀请抖音音乐达人定制翼支付 1215 岁末狂欢主题歌，并发布种子视频覆盖多类消费场景，不管是拔草心动好物，还是尽情吃喝玩乐，翼支付 1215 购物节都是不可多得的“回血小心机”。



播放量：6907.1w

王乃迎

魏淑芬

潇洒的头叔

阿日

张潇洒



播放量：6907.1w

话题页背景在延续5G嗨生活宣传主视觉的基础上进行创意设计，挑战赛互动形式新颖。在用户参与视频中，品牌定制音乐使用情况良好，话题页播放量达6907.1w



播放量：1169.9w

信息流投放分两个阶段，周期为10天。通过两阶段两版不同创意素材，前期重点进行活动告知，后期围绕用户互动进行传递，针对各阶段宣传重点进行针对性投放。



播放量1697.9w

点击量：134.6w

在话题页及信息流投放基础之上，为扩大用户互动力度，增强用户互动效果通过5个达人种子视频拍摄进行用户教育及引流，成功吸引一大批参与用户进行话题页挑战。

总传播量：9774.9w，总点击量：134.6w

硬广方面 11.28-12.15 以今日头条信息流精准投放，强势曝光 5 折立减活动利益点，为下载翼支付 APP 及参与活动进行引流。

今日头条信息流实际执行效果良好，相较排期预估有较大效果溢出，
曝光溢出**2911.5w**，点击溢出**16.9w**
曝光完成率**134.94%**，点击完成率**113.55%**。

广告资源	投放周期	预估总曝光	预估总点击	实际总曝光	实际总点击	曝光完成率	点击完成率
今日头条信息流硬广	11月28日-12月15日	83,333,333	1,250,000	112,448,800	1,419,346	134.94%	113.55%
总计		83,333,333	1,250,000	112,448,800	1,419,346	134.94%	113.55%



12.11-12.14 造势期

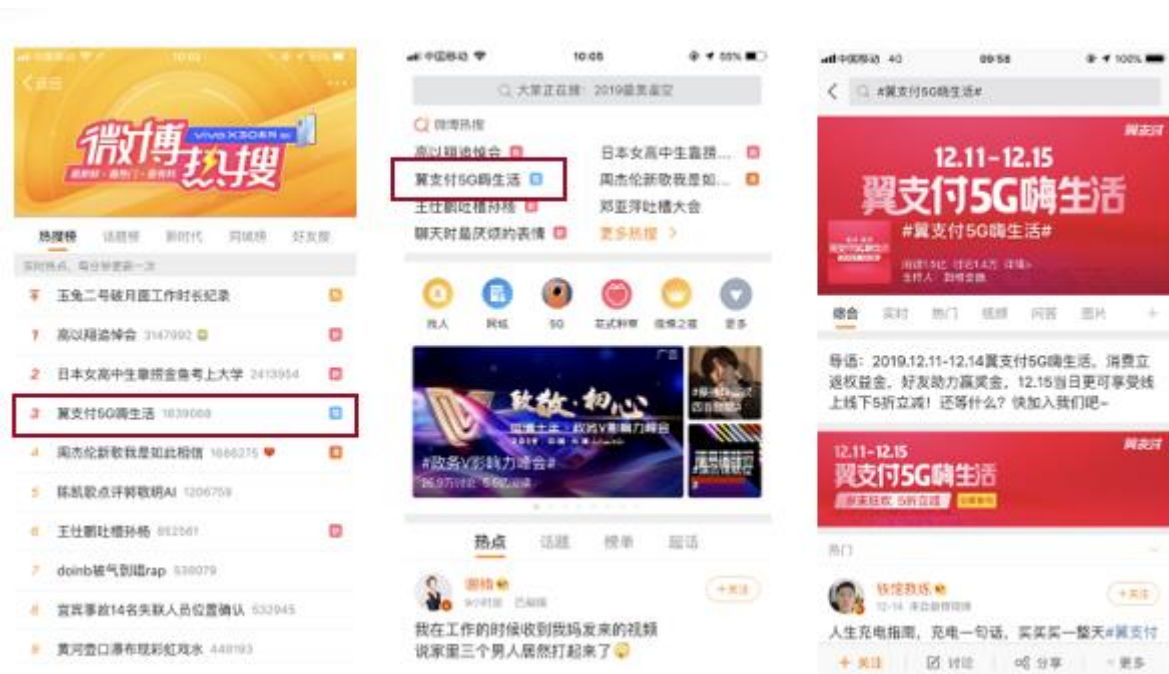
以 21 个微博、5 个微信原创大号发布软文、漫画长图、原创视频从不同场景角度出发，软性引导至 5G 嗨生活活动利益点，使用户在趣味阅读中了解到活动信息，增加参与转化。在此阶段主要扩大活动声量及用户互动，强化品牌影响力。



铁馆教练原创视频：<https://v.qq.com/x/page/w30610efgpk.html>

12.15 引爆期

在延续抖音&今日头条信息流投放、微博微信 KOL 话题炒作的同时，活动当天通过加载微博话题冲榜#翼支付 5G 嗨生活#、头条系（抖音、头条、西瓜、火山）APP 开屏联播等优质渠道，集中进行活动引爆。



微博热搜榜第三位，#翼支付 5G 嗨生活#话题上榜



抖音、头条、西瓜、火山 APP 开屏，引导至翼支付下载界面

营销效果与市场反馈

执行数据汇总：

项目预期曝光31083万次，实际执行曝光约**52399万次**，点击互动**591.4万次**，超额完成项目预期。



执行亮点汇总：

1、分阶段重点宣传

项目执行中，每阶段对应不同宣传重点进行投放曝光，搭配媒体重点资源如信息流硬广、微博微信大号等，严格按照宣传重点进行相应输出，做到有的放矢，目标清晰。

2、线上线下紧密联动

项目执行阶段全渠道打通，借势电信优势并联动翼支付省分公司，扩大项目声量。线下未来时光馆上线时，通过混剪视频、抖音专题页展示、达人探店、线上直播页面宣传等多种渠道，全方位进行活动输出展示。

3、强社交互动参与

通过抖音挑战赛及达人种子视频发布，有效激发用户活动参与热情，同时，线下快闪店直播页面及微博话题搭建也成功吸引用户参与，三者强社交属性互推导流。

本次翼支付 5G 嗨生活岁末营销活动达到了线上+线下整合传播的预期目标，同时极大拉动了 5 折立减活动销量，多地出现人气爆棚情景，拓展消费场景、撬动异业资源成效显著，初步打造中国电信翼支付全新的 5G 消费时代，活跃用户数同比去年提升 300%。