

小猪-时光慢下来，营销快起来

广告主：北京快跑信息科技有限公司

所属行业：网服

执行时间：2019.06.07-07.30

参选类别：短视频营销类

营销背景

旅游行业大生态圈，小猪如何脱颖而出？

我们不止是短租。小猪已经从一个解决出行住宿非标需求的平台升级为满足新中产阶级多样化住宿需求的平台，甚至是成为海归回国实习住宿首选。

对不起，我们太过个性化。我们区别于单调的酒店，无论是民宿森林树屋、还是主题公寓。我们统统可以满足。居住自由主义，是我们奉行的企业理念。

专业，我们是认真的。小猪作为从国内众多短租平台中厮杀出来的一员，提供了大量本地化的服务（房源实拍、房子验证、软装指导、安装智能锁、保洁服务等）来培育市场。

调性太高不是我们的错。小猪品牌广告相继亮相各大热门综艺节目，使用炙手可热的当红明星邓伦，作为代言人，品效结合也将小猪的逼格提升一个层次。

营销目标

1、激活；2、注册；3、订单。

策略与创意

1、目标受众人群

目的驱动旅行者：主要是指 18-26 岁的学生和青年旅行群体，暑期、义工、毕业旅行是常见的旅行方式，大学生有非常充裕的时间旅游，并且在旅游时间的选择上有很大的自由度。

品质主义追求者：这部分用户偏向于自由出行，愿意花费时间大量时间来制定详细的旅游攻略，在满足自由的同时，也追求尽量花少的钱，去走更多的路。

物质生活享受者：当热门综艺节目一度催强亲子游市场需求。其首要目的是带孩子增长见识，追求亲子交流、阖家欢乐。

晚年修身养性者：60 岁以上的老年人过着“有钱、有闲”的日子退休之后的老年人怕与社会隔离，

怕被时代忘记，旅游能够让他们重返社会、接触人群，增长知识，结交新朋友。

2、认识小猪

时间紧任务重，用一版视频进入大众视野。

投放与优化-认识小猪

脚本要领：

前半部分引出酒店和民宿之间的对比，
随后突出产品优势（住宿方式多样化，下载即送住宿红包）

关键词：

旅游地点+住宿方式+优惠（杭州-民宿、大理-客栈.....）

拍摄手法：

人物全景实拍，音效轻快舒适，前面抛出视频主题，紧接着说出产品特性，反复强调产品优势。

有效播放率：**30%**



视频地址：<https://up.file.riddlemedia.cn/material/jihe/156568322297.mp4>

3、理解小猪

为了让大众更快的理解小猪，需要做视频的 ab test。



视频音效：
音乐轻快，节奏感适中且演员表达自然（左图）、演员表达自然，代入感强，相比（右图）视频有效播放率提升**10%**

视频有效播放率：**33.06%** 有效播放率：**20.13%**



视频地址：<https://up.file.riddlemedia.cn/material/41221/2019061215603484935905.mp4>

投放与优化-理解小猪

创意策略：第一视觉诠释产品独特体验

脚本要领：

直接抛出用户需求，吸引用户注意力

演员：

夫妻+宝宝，增强视频的真实性，代入感更强

拍摄手法：

前半部分引出亲子游的需求，后面展示民宿实景，和与宝宝亲子相处时光，增加转化

有效播放率：**29.02%**



脚本要领：

迅速抛出视频要领，留住客户吸引力

演员：

女性演员相比男性演员，更能吸引用户关注度

亮点：

前面提出用户旅游住宿的关注点
最后用优惠信息引导目标用户转化

有效播放率：

27.96%

有效播放率：

14.88%



视频地址：<https://up.file.riddlemedia.cn/material/100674/2019071915635373387802.mp4>

投放与优化-理解小猪

创意策略：时下热点+产品特性巧妙结合

脚本要领：

迅速抛出视频吸引点，留住用户吸引力

演员：

男性演员模仿热播剧《都挺好》苏大强形象，吸引用户关注

拍摄手法：

多种场景切换完美承接产品特性，对于家里有老人准备去旅游度假的用户冲击力很大

有效播放率：**30.02%**



视频地址：<https://up.file.riddlemedia.cn/material/45498/2019070115619775894673.mp4>

4、使用小猪

为了更好的提高使用率，增加订单量，进行了视频的更新迭代。

让产品说话：

增加产品特效，主要依靠产品的样式，形成整个视频的点睛之笔，直接吸引目标用户转化

(左)视频有效播放率：**35%**

(右)视频有效播放率：**30%**



视频地址：<https://up.file.riddlemedia.cn/material/103731/2019072515640495883375.mp4>

创新+蹭热度：

特效创新使用扫脸功能，增加视频的**高级感**

视频模仿热播剧“亲爱的热爱的”增加视频的流量，可以有效提升视频**有效播放率**

(左)视频有效播放率：**32%**

(右)视频有效播放率：**40%**



视频地址：<https://up.file.riddlemedia.cn/material/102288/2019072515640657073288.mp4>

执行过程/媒体表现

1、视频迭代+H5 引导



落地页，风格比较简单

直接把优惠信息以及品牌**代言人放在首屏**

跟进入小猪APP的开屏页面基本一致，品牌调性较高

落地页转化率：**22.33%**



2、让产品说话：增加产品特效，主要依靠产品的样式，形成整个视频的点睛之笔，直接吸引目标用户转化。

3、创新+蹭热度：特效创新使用扫脸功能，增加视频的高级感视频模仿热播剧“亲爱的热爱的”增加视频的流量，可以有效提升视频有效播放率。

营销效果与市场反馈

落地页，风格比较简单

直接把优惠信息以及品牌代言人放在首屏，跟进入小猪 APP 的开屏页面基本一致,品牌调性较高，落地页转化率：22.33%。

在第一版落地页的基础上，添加房屋素材客户在看到首图的优惠信息后可以继续看到房屋展示，精美的民宿照片更能吸引目标用户进行转化，落地页转化率：55.62%。

