魔兽世界怀旧服案例

广 告 主：魔兽世界
所属行业：游戏
执行时间：2019.08.27-09.15
参选类别：话题营销类

营销背景

魔兽世界在开服的第十五周年中，8 月 27 日怀旧服正式上线，希望召回老玩家重返游戏。

作为一个经典老牌游戏，如何唤起玩家对《魔兽世界》的游戏情怀是本次项目的重要挑战。

营销目标

怀旧服上线之际，唤起老玩家的魔兽热血，引起普通玩家的情感共鸣。

策略与创意

策略：

与其向用户传递怀旧服上线信息，不如强化用户对于怀旧服的情感认知，创造趣味性的互动内容让用户深刻感受魔兽情怀。

创意：

随着年轻用户作为文化娱乐的主要消费群体，魔兽世界也在不断拉近与年轻玩家的距离，喜马拉雅作为音频行业的领跑者拥有超高用户关注度，以声音为媒介，发起怀旧之音趣配音挑战赛，带领玩家声回 60 级年代的艾泽拉斯大地。运用头部主播发起直播活动，定制怀旧服专属创意声音流广告，引发玩家的魔兽热血情怀。

执行过程/媒体表现

1、硬广+创意声音流

大曝光资源助推，让怀旧服最大化覆盖目标人群。定制魔兽世界怀旧服专属声音识别 LOGO 声音流广告，采用原班游戏配音与 BGM，用熟悉的声音唤醒玩家记忆，组合平台大流量资源为怀旧服上线曝光。

2、双人气主播语音直播

在前期曝光基础上，头部主播发起直播活动，邀请游戏玩家所熟悉的声优主播与喜马超人气女主播采采联手搭档，在文化情感上玩家建立一场有针对性的感性接触与情怀输出。情怀话题设置掀起怀旧服话题关注热度。

3、用户深度互动，最大化释放魔兽热血营销价值

为了联盟！为了部落！发起“发起怀旧之音，让我们一起回家”趣配音挑战赛，化身部落还是联盟的首领，变声(身)支持所属阵营，60 年代剧情与人物版本完美再现，让玩家为爱发声，并肩作战听从阵营的召唤。

营销效果与市场反馈

总曝光 3500 万；
趣配音挑战赛互动量 53 万（播放数、点赞数、评论数、分享数）；
UGC 配音作品 1.1 万；
直播参与人数 15 万。