

## NGO 《旧室白白》 微信互动公益小游戏

**广告主：**NGO

**所属行业：**非政府组织

**执行时间：**2019.05 -2020.01

**参选类别：**移动营销类-互动类

### 营销背景

在我国一些偏远山区的学校，教室极为简陋、不足甚至破旧；教学设备匮乏，没有图书馆，无图书可借，更遑论电脑设备；师资力量不足，有的学校老师甚至身兼多职，这种情况下，孩子们所能接受的教育非常有限。中国社会福利基金会募集资金，助力改善乡村儿童的学习环境。

### 营销目标

让更多人深入了解到偏远地区学校孩子们面对的教学环境，促进用户的捐款行为；建立长效传播机制，让用户利用碎片化的时间，持续性地投入公益善举，并自发地进行二次传播，扩散影响更多人。

### 策略与创意

**策略：**我们发现，现代公益的主力人群，更偏好新奇有趣的形式。因此，我们选择借助微信小程序，打造具有代入感的小游戏，通过场景化、游戏化、趣味化的互动体验和捐款设定，增强用户粘性的同时，也弱化公益宣传的“卖惨式”情感绑架，让用户更好共情、思考公益，并自发性积极捐款和二次传播。

**创意：**《旧室白白》，见证旧室焕新变得更加白净的过程，也以孩童的天真语调，和破旧教室说“拜拜”。

我们将实际山区学校翻修过程游戏化，让用户通过个性化装扮，打造心中所想“新颜”教室，连接参与者情感。将偏远山区的孩子们危机四伏的教室与游戏过程中的高频场景结合，让参与者在游戏过程中让玩家沉浸体验孩子们的困难，直观感受到自己善举带来的美好改变。

公益不仅局限于一点一面，它可以更为宽广厚重，而《旧室白白》在后期运营中，还可延伸旧室的概念，契合多个领域的公益事业的发掘。



## 执行过程/媒体表现

**故事引入：**开头设置情节动画，帮助用户更好地理解项目背景，故事不着力于渲染贫苦悲惨氛围，而是刻画山区孩子上学细节，通过一个小故事，表现简陋教学环境给孩子带来的“烦恼”，并留有余地，触发用户联想。

**游戏代入：**屋顶漏水、窗户破裂、墙面掉灰等细节场景真实的重现，令用户在游戏过程中清晰知晓孩子们的经历，加深代入感；随着用户通关获得物品的增多，陋室的改变随处可见，及时的反馈将大大提升参与者的热情；眼力记忆挑战关卡的设置，也丰富了游戏的可玩性，近百种学校装扮物品的设定，激发用户的收集欲望。而海报分享和游戏公益榜单的设置，则让游戏更具社交性，从而促进用户自发传播，扩大项目的影响力。

**衍生拓展：**打造小游戏的目的是不是短期曝光，而是期望用户能够持续投入到公益行为中。为了让游戏更有“生命力”，除了教室，我们还设置了图书馆、食堂等校内空间，在半年内阶段性陆续开放。新地图的设置，不仅为用户增添更多新奇感，增加用户粘性，也让游戏能承载更多公益项目，丰富游戏内涵。



## 营销效果与市场反馈

累计注册用户 272.41 万，获得一致好评。