

## 58集团

所属行业：网络平台及服务

参选类别：数字营销最具影响力品牌

### 品牌简介

58 同城作为中国最大的分类信息网站，本地化、自主且免费、真实高效是 58 同城网的三大特色。其服务覆盖生活的各个领域，提供房屋租赁、餐饮娱乐、招聘求职、二手买卖、汽车租赁、宠物票务、旅游交友等多种生活信息，覆盖中国所有大中城市。

旗下包含 58 同城、赶集网、中华英才网、安居客、58 到家、58 衣服，以及新近成立的 58 同城影业等子品牌。

目标人群：包含黄页，求职，二手，房产，搬家，货运，等本地生活需求。

目标城市：覆盖全国，根据不同业务区分不同重点城市。

业务领域重点覆盖房产、汽车、招聘、金融、二手、O2O 生活服务、影视投资等。

2019 年 8 月“2019 年中国互联网企业 100 强”发布，58 集团排名第 13。2019 年 9 月，58 同城在 2019 中国价值地产总评榜上荣获“年度价值地产机构服务商”奖项。

### 2019 年数字营销影响力表现

2019 年初，58 同城洞察节后开工这一用户痛点，上线了“开工利事有城意”营销活动，在 app 内发放开工红包，助力用户“开工大吉”。**微博上 15 位明星大 V 直发开工话题**，通过不同的红包关键词，号召粉丝上 58 同城 APP 搜索关键词领取福利，**推动品牌曝光，实现引流。**



杨冪 

#开工利事有城意# 开工啦，又要投入到忙碌的工作中了。小蜜蜂们，在新的一年里你们给自己定的工作目标是什么鸭？有福利才有动力，为你们准备了开工红包~快上58同城，搜索“开工锦诀”领取吧 



02月16日 19:00 @吴玟萱 赞过

收藏 | 转发 737613 | 评论 235922 | 点赞 156077

58 同城在抖音上发起#开工红包城会玩#挑战赛，引发抖音 UGC 热潮，还自然地将“58”元素融入其中，实现了品牌强曝光。



2019 年年中，主题为“安居乐业 连接美好”的“2019 年 58 神奇日”峰会于 2019 年 5 月 8 日召开。杨幂、沈腾、张一山分别作为 58 同城品牌代言人及 58 同城旗下的安居客品牌代言人和驾校一点通品牌代言人亮相现场。

**代言人潜力股+实力派，凸显长尾效应。**9 年间 58 同城坚持与杨幂合作，让人们看见杨幂自然而然就会想到 58 同城，**成功打造品牌专属记忆点。**张一山代言驾校一点通，引发年轻人的共鸣，陪伴于左右共同成长的因子为品牌注入青春且温馨的情感。**让代言人人设、经历与品牌形象、理念之间产生了化学反应并最大化传播出来的效果。**沈腾的所有个人特征恰好契合了安居客“有实力”、“靠谱”的品牌形象，两者合作实属有理有据。

传播层面，58 集团通过**多渠道布局，全方位打通传播链路，为品牌日造势，传递品牌内涵。**围绕“连接每一个美好”的传播主题，58 同城挑选了不同圈层的用户代表，以“证言”为切入点，结合海报和 Vlog 两种内容形式，传递品牌理念。**通过明星传播+网红直播的方式，最大化调动明星影响力资源，进一步突破圈层，扩大品牌曝光。**



## 代表案例

### 互联网营销案例：4 亿曝光 3 成关注度提升，58 同城如何赢战招聘季？

背景与目标：随着春节后返城务工潮的到来，以及部分职场人跳槽换工作的计划提上日程，再适逢应届生春季招聘高峰，作为国内第一大招聘平台，58 同城开启新一轮“招聘季”。但招聘行业已经进入信息供给大于需求的后流量时代，渠道选择众多且平台忠诚度低，都成为当前招聘企业所面临的困境。**如何通过智能营销赋能，帮助此次“招聘季”打开与用户沟通的新界面？**

创意与策略：阿里创新业务事业群智能营销平台基于数据洞察，结合当下年轻人所关注的内容及求

职趋势，通过“推力与张力”的“合力”策略，“内容共建+样式创新”联动的整合营销传播，以定制化内容与创意互动分节奏触达不同需求用户，层层递进引发了用户的持续关注与转化。



● **主动获取+主动推荐=推力**

在主动获取层面，通过**定制版恒星进行大面积曝光**，快速吸引关注，同时通过**双子星“搜索+信息流”双引擎驱动**，实现**曝光与转化的双重效力**。在此过程中，配合搜索场景，打造品牌搜索关键词，促进点击转化。

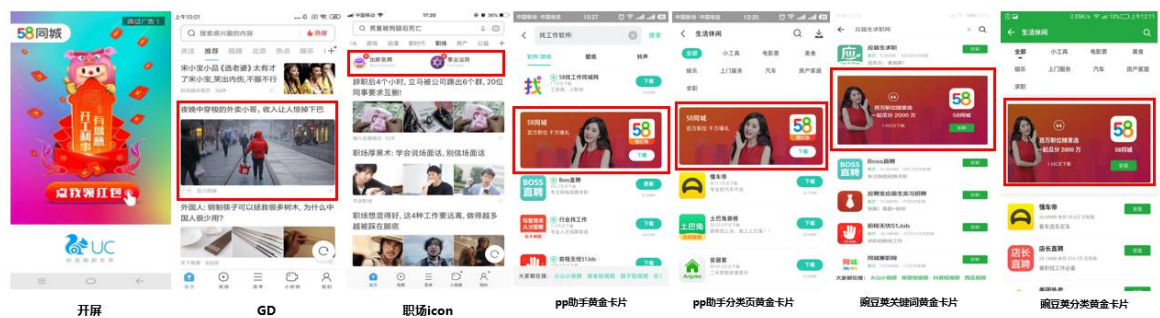
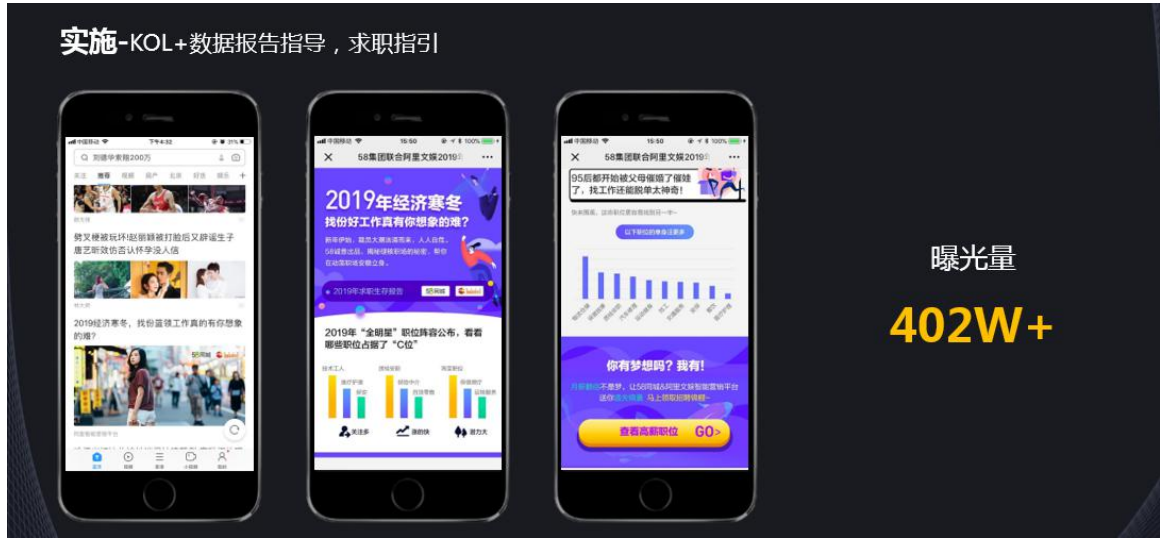
在主动推荐层面，在 UC 进行**开屏、职场 icon、GD、首页 banner、头条 Plus、交互动态卡片**等多资源位组合投放，多路径拓流，使品牌展现效果最优化。



● **信任+权威+喜好+优惠=拉力**

通过**联合 KOL 发声**，提升品牌信任度，通过**求职数据报告**，打造品牌**权威性**，借助**娱乐明星**等内容，满足用户**喜好**，通过**红包互动**等优惠活动，刺激转化。

多样化、互动性创意内容，分阶段展现，为用户进行求职指引，全面为 58 招聘季引流，并进一步加强用户对 58 平台的信任度。



市场效果：最终以近 4 亿强曝光量，信息流曝光同比增长 145%，交互参与 1080W+，品牌关注度提升 32%，应用下载量超 1900 次，全面助力 58 集团赢战 2019 春节招聘旺季。