

像素种子学院第一届游戏双十一狂欢节

广告主：像素种子学院

所属行业：教育培训

执行时间：2018.11.06-11.12

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

双十一作为一年一度的品牌大促的时间节点，如果能够有效的利用这一节点，将会为品牌带来大量的传播曝光。像素种子学院是完美世界集团 7 大业务板块中重要一环，作为一家新晋的数字与艺术培训基地，无论在师资力量，还是课程体系与同行相比都有着非常明显的优势，但是由于发展时间较短，市场知名度还比较低，所以需要利用这样的时间节点，有效借势各方，另辟蹊径，才能在双十一中突破重围，提升自己的传播声量。

营销目标

借势双十一狂欢节的热点，打造游戏界的#第一届游戏双十一#，整合完美世界集团旗下众多游戏产品，联合数十家蓝 V 品牌共同发起此次活动。以总额超过 500 万，超级锦鲤超过 5 万的奖金支持来吸引用户参与。1，通过游戏测试类 H5 来吸引用户参与抽奖，获取 5000 个真实有意向从事游戏或电竞行业的潜在目标人群；2，打造像素种子学院与游戏的强关联，提升像素种子学院的品牌知名度。

策略与创意

以#第一届游戏双十一#作为整个话题的发酵点，吸引游戏玩家来进入 H5 进行测试，参与抽取超级锦鲤活动。

微博、微信、蓝 V、自媒体大号、微博游戏官方、微博硬广广告位投放、微博话题冲榜、权威媒体等共同发力，提升整个话题知名度，进而为 H5 导流，吸引用户进入 H5 参与测试及抽奖，留存个人信息。

执行过程/媒体表现

内容执行：以#第一届游戏双十一#的作为核心话题，结合双十一的男女购物狂欢讨论的热点对比，在微博上开启整个话题的讨论；同步公布超级锦鲤的奖品活动，22 家蓝 V（百度视频、康佳集团、良品铺子、吉利汽车、联通北京客服、丧茶、kappa 等）同步为超级锦鲤追加奖品，9 家游戏品牌（诛仙手游、DOTA2、CSGO、神魔大陆等）为超级锦鲤追加游戏周边等，仅#第一届游戏双十一#话题就吸引了 486 万人次的围观参与。

话题发起，公布超级锦鲤活动：11月8日，活动正式上线，像素种子发起#第一届游戏双十一#话题，官方微博微信正式公布奖品信息、活动参与形式；



31 家蓝 V 追加奖品跟进：22 家知名蓝 V 品牌，9 家游戏品牌在像素种子学院发起微博话题后，跟进为超级锦鲤追加奖品，最终超级锦鲤的奖励金额远超 5 万；



微博官方参与：此次活动吸引力微博游戏官方的注意，主动要求参与到活动中，为#第一届游戏双十一#提供额外的流量资源；



KOL 跟进参与讨论：豆瓣说、冷笑话精选在微博平台参与话题讨论，如#男人的双十一##直女大考验#等，不断的通过新的话题点，将真个活动的热度推向新高潮；同时，微信平台精选游戏类 KOL：玩家 player、英雄小黑裙、游戏百晓生等参与引导，直接将流量导向 H5；



微博话题冲榜：#第一届游戏双十一#在各方资源的加持下，在 11 月 9 日和 11 月 10 日连续连两日位列【游戏】类榜单 NO.1，时长共计 25 个小时以上；





抖音

跟进导流：11月8日/9日/10日，连续三天发布与“双十一男女生购物对比”的趣味创意短视频，吸引用户围观，进而关注像素种子学院。三条抖音共计获得47万次的播放量、11.7万的点赞量；

垂直类广告投放：a，大三大四的在校大学生作为像素种子学院首要潜在目标用户，通过大学生中的舆论领袖在其朋友圈进行投放；b，通过CPC广告直接投放到朋友圈，提高整个活动的媒体性价比。

营销效果与市场反馈

1、用户信息获取量：活动有效用户信息6738人，有意向从事游戏或电竞行业的为5081人；

- 2、活动整体曝光量：2291.5 万；
- 3、H5 的 PV：38.8 万；
- 4、微博话题热度：连续两日达到【游戏】榜单 NO.1；
- 5、粉丝增长：微博微信抖音粉丝共计增长 50985 个。