

## 都市贝壳人

广告主：贝壳找房

所属行业：互联网

执行时间：2018.05.01-08.31

参选类别：跨媒体整合类

### 营销背景

链家集团战略升级，链家网升级为贝壳找房。贝壳找房大平台于 4 月份在全国各大城市登陆上线，拥有全面、真实的房源信息，以及 VR 看房、房屋估价、智能推荐等业界领先的创新技术，业务涉及新房、二手房、租房、旅居、海外、家装等，为用户带来多元专业的服务，主打海量真房源，省心上贝壳。

### 营销目标

通过击中大众情绪痛点，引起社会性消费者共鸣；输出品牌价值观，提高消费者对品牌好感。

### 策略与创意

人天生就是软体动物，赤手空拳地来到这个世界。而身处于这个不得不坚强的社会，我们所有人都经历着从软弱到坚强的转变，而促成这种转变的因素，我们称之为壳。就像自然中真正的贝壳类生物一样，没壳的时候就是一团软肉，有壳之后才能坚强地存活于世，抵抗自然界海水的万吨重压。

于是，我们把这样一群都市人称为**#都市贝壳人#**，万千都市贝壳人存在于这世界，是你，是我，是你我身边的甲乙丙丁。贝壳找房就是为这千千万万、各式各样的都市贝壳人找到壳、找到自己理想的家。这便是此次贝壳找房的品牌 big idea。

由此洞察，我们这次战役的沟通概念定为**#我有多柔软，就有多坚强#**，贝壳找房 App 帮助我们找到理想的家，让我们的柔软终归有处安放。我们选取了近 100 个真实都市贝壳人的故事，直面他们的柔软、坚强和他们赖以依靠的壳（这里的壳既指狭义上的家（空间），即房子，也可以指广义上的家（情感），即父母、爱、姐妹、孩子等），同时将以歌曲、MV、平面、H5、线下等多种方式整合呈现，用真实故事和经历，激发千万都市贝壳人的共鸣。

### 执行过程/媒体表现

新品牌发布：

配合新平台发布会传播，通过明星代言人黄轩及与其他品牌、KOL 联动、线上&线下渠道等传播方式广而告之，同时传递品牌定位与品牌故事。



预热事件：

5月22日一家菜市场海鲜店开始疯狂的占领朋友圈，各个年龄层的普通受众纷纷晒出了自己与一个贝壳——贝壳找房品牌吉祥物“王闹海”的合影，引发上万人的围观，新奇的形式也引发了网易、新浪等媒体的关注，形成由线下到线上的扩散。



原创主题曲：

我们找到了歌手金志文，创作了一首唱给万千都市贝壳人的歌曲，名字就叫《都市贝壳人》，上线网易云音乐等音乐平台。

“心想要柔软的摊开 / 却不经意忘了伤害”

“壳大壳小都是我的家 / 帮我遮风挡雨的地方 / 归属的心因为有了它 / 慢慢在生根发芽”

一句句平白而温情的歌词，配上金志文的倾情演唱，万千都市贝壳人的内心被打动。

歌曲链接：<http://t.cn/EqytMSY>



### MV 视频：

MV 视频的三个故事提炼自真人真事，分别属于 20、30、40 三个年龄段：从见家长的小情侣，鼓足勇气留下二胎的小夫妻，再到重拾信心笑对生活的离婚女士。故事本身自带动人的情感爆点，通过影像化#我有多柔软，就有多坚强#，激起大众共鸣。



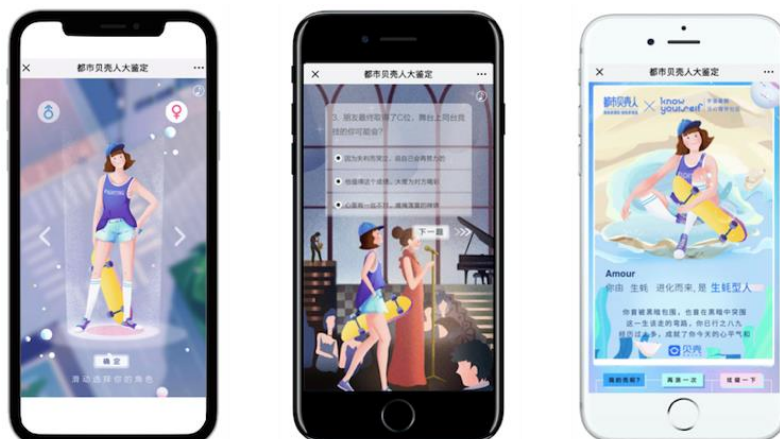
视频链接：<https://v.qq.com/x/page/i0734pqp2gl.html>

### “都市贝壳人大鉴定” H5：

本次 campaign 聚焦“都市贝壳人”这一概念，不以产品推广为主，而是走情感向，联合知名的泛心理学社区 know yourself 从心理测试切入，通过问答形式最终测试得出你是由哪种海洋生物进化而来，提升了创意的可玩趣味性，为“都市贝壳人”概念注入一股新颖年轻的血液。



识别二维码，体验完整 H5



## 人物海报：

万千都市贝壳人都有自己的故事，我们采访了近百位素人，涉及各个年龄段和行业的男男女女，提炼他们的故事，并挑选了八个典型故事，为这八位都市贝壳人绘制画像，做成肖像故事形式的人物海报，故事本身自带情感爆点，平凡却温暖，进一步强化“都市贝壳人”概念。



## UGC H5:

人物海报实现了近百个都市贝壳人的故事挖掘，为了让都市贝壳人的认同从 100 到 1000 再到 10000，配合品牌“都市贝壳人计划”设置了一支承载 UGC 导向的 H5。

通过在社交网络（微信，微博等）发布人物海报吸引大家点开，扫描海报上的二维码跳转至 H5 页面，填写个人信息，并设置惊喜环节——10 位幸运的都市贝壳人将获得定制手绘形象。



## “贝壳柔软庇护所”线下活动：

7月27日，“贝壳柔软庇护所”亮相三里屯通盈中心。在满地的UGC都市贝壳人心声文案的烘托下，给你一处可以安放柔软的地方，给你一个不必故作坚强的庇护所。



## 营销效果与市场反馈

《都市贝壳人》MV 视频总曝光量为：4,255,564 次

上线不到 3 个月的时间，贝壳找房就冲上了 app store 下载排行生活榜第二名，百度指数也大幅提升。在短期内，令贝壳找房大平台快速立足于饱和市场之中，突破流量壁垒，从定位到营销打法，都实现了令人瞩目的营销成绩。