

中国移动集团 2018 年度校园营销

广告主：中国移动

所属行业：通信行业

执行时间：2018.08.20-09.30

参选类别：社会化营销类

营销背景

在竞争激烈的通信市场，各大运营商在将价格战进行到底的前提下，纷纷针对不同人群产出具有人群专属特性的产品，九月开学季是通信行业竞争较为激烈的时间节点，中国移动针对开学季推出校园产品“青春卡”，我们针对“青春卡”产品利益点进行一系列不同形式的社会化传播。

营销目标

本次营销意在将中国移动“青春卡”进行传播推广的同时，在不同平台持续吸引目标用户的关注，使其知晓、了解并且最终产生购买。

策略与创意

我们针对“青春卡”产品大流量这一利益点，从当下学生群体用网需求大且校园网无法满足的痛点进行切入，将传播内容以目标人群感兴趣的形式（创意形式包括：社会化海报、互动 H5、抖音短视频、漫画长图文）进行包装，以年轻化的语言进行输出，从而吸引关注，以达到推广效果。

执行过程/媒体表现

中国移动校园营销项目-主视觉展示：



中国移动校园营销项目-互动 H5:

针对大一新生在新环境中希望结交朋友的心理，产出互动 H5。将目标群体的兴趣爱好进行标签分类，引导用户点击，在互动对话的过程中结合趣味性文案及时尚画风，展现“青春卡”的使用场景及产品力，促成用户分享进行二次传播。

互动 H5 部分画面展示:



中国移动校园营销项目-抖音短视频:

借势大学新生开学这一热点，采用年轻人喜爱观看的抖音短视频形式，用诙谐的“段子”演绎校园生活中常见的场景，并在其中自然植入“青春卡”的产品力，以贴近目标用户生活的方式表现移动大流量“青春卡”对大学生的吸引力。

抖音短视频展示:

中国移动集团-校园营销抖音段视频【商贩卖卡篇】链接:

http://v.youku.com/v_show/id_XNDAXMjYyMTk2NA==.html?spm=a2h3j.8428770.341605

9.1

中国移动集团-校园营销抖音段视频【入学篇】链接:

http://v.youku.com/v_show/id_XNDAXMjYxOTk5Mg==.html?spm=a2h3j.8428770.341605

9.1



中国移动校园营销项目-漫画长图文

借势大一新生开学热点，抓取大学生们自身用网需求大、校园网不稳定的痛点，将学生宿舍设施进行拟人化演绎，利用宿舍桌椅的视角讲述学长们的大学生活日常及用网烦恼。故事贴近学生生活，并引入当下大学生喜爱的热播剧集，热门游戏等来提升趣味性，吸引学生群体的关注，同时向学生传递“青春卡”大流量可解决各类用网问题的产品利益点。

部分漫画画面展示：



临近开学，一个普通再普通不过的清晨，青春大学的 301 宿舍传来一阵悉悉嗦嗦的声音，一场“宿舍总动员”就此开始.....



桌仔：“记得之前我左边的主人是个随性派，什么都往我脸上堆，偏偏右边的是个处女座，两边脸每天都不一样重，我这车银优一般的帅脸好像现在还是歪的？”



台灯哥：“都醒醒啦，再过两天新主人们就要来啦！快收拾一下自己，别再像去年一样，小主人一坐一身灰。”



阿椅：“别提了，你说躺着看剧多舒服啊~可是床上信号不好，主人每次只能坐在我身上，一坐就是一下午，我觉得自己的腿被压的越来越短了...也不知道主人现在追什么剧呢，香蜜还是延禧攻略呢？”

营销效果与市场反馈

本次校园营销活动共计投放 6 个 KOL 账号，获得总阅读量 **70 万+**次，互动 H5 互联网点击量达

240 万+。