

腾讯广告官方订阅号《AD+约创》营销节目制作与传播

广告主：腾讯广告

所属行业：广告营销行业

执行时间：2018.03.01-2018.12.31

参选类别：视频内容营销类

营销背景

近年来社交广告迅猛发展，已经成为有目共睹的广告营销新趋势。腾讯广告拥有微信、QQ、腾讯视频、腾讯新闻等多样广告资源，覆盖 10 亿优质用户。依托平台的海量社交数据及技术能力，腾讯广告正改变着中国的营销生态。

但是广告主对于腾讯广告的认知仍然停留在朋友圈广告的固有印象，媒介代理公司对于腾讯广告的新形势和新技术也不甚了解，腾讯广告的价值和能力没有得到充分的体现。

营销目标

通过《AD+约创》节目，为腾讯广告和广告主架起深度沟通的桥梁。提升广告主和媒介代理公司对于腾讯广告的理解，进一步体现平台的整体社交价值和传播业务重点。

策略与创意

《AD+约创》营销节目基于腾讯广告官方订阅号作为发声平台，通过每期营销话题的碰撞，案例的深度包装和应用解读，为受众提供营销干货。

针对不断变化的市场和媒体环境，消费者洞察及技术变革，在每期《AD+约创》案例和话题的选择上，原创了一套 IMTP 法则：

1. I (Industry)：聚焦垂直行业的营销，为各行业提供行之有效的解决方案范本。
2. M (Marketing Objective)：聚焦特定的营销需求，为品牌的特定需求提供营销思路。
3. T (Target Audience)：针对具体的营销受众，从不同的品牌案例出发，和广告主及营销人一同探讨营销受众的差异化喜好。为品牌了解消费者心理提供独到见解。
4. P (Potential Energy)：针对当前的营销热点和趋势，迎合最新的市场营销环境，深度跟进并解读社交营销新爆点。

执行过程/媒体表现

执行过程：

一、征集案例

根据《AD+约创》IMTP 法则，在腾讯广告内部发起案例征集。分析优质案例主题、亮点、玩法，构成故事线。用最浅显易懂的方式进行案例的升维解读。

二、嘉宾邀请

嘉宾的构成分为：甲方高层+乙方高层+第三方视角

甲方高层：他们以广告主的身份挖掘案例的背景、痛点、策略及商业模式；

乙方高层：从案例操刀者的角度讲述受众洞察、媒介策略、创意策略等背后的故事；

同时也邀请第三方视角的加入，如媒体人，行业 KOL 及用户代表，跳出营销角度，给出不一样的观点。

三、节目拍摄制作

选择合适场地进行节目录制，剪辑成完整节目及独立主题小视频上传腾讯视频。

四、成稿发布

最终《AD+约创》以图文+海报+视频的形式正式出街。

五、传播扩散

1. 官方首发，腾讯视频上首发节目，腾讯广告官方订阅号上发布图文稿件，腾讯广告官方微博发布视频及海报；

第一期节目视频：<https://v.qq.com/x/page/z06593nzsny.html>

第二期节目视频：<https://v.qq.com/x/page/k07480l3c2o.html>

第三期节目视频：<https://v.qq.com/x/page/u0759ewyyv5.html>

第四期节目视频：<https://v.qq.com/x/page/w0707a29cf5.html>

第五期节目视频：<https://v.qq.com/x/page/h0807t0m3fs.html>

节目海报



2. 调动腾讯广告内部资源,邀请 10w+俱乐部成员撰写原创自媒体稿件,诞生更多有价值的观点;
3. 当期约创嘉宾转发《AD+约创》图文稿件及海报,并在相关行业群里进行扩散;
4. 相关行业媒体网站转载,垂直类微信公众号开放白名单转载及期刊杂志内容刊登。

媒体表现:

五期节目移动端阅读量高达 70w+, 点赞数 7600+, 评论量 1500+, 视频播放总量 50w+, 总曝光达到 300w+。

广告门, Morketing 等行业媒体在官方网站上主动转载《AD+约创》相关内容,成功营销,中国广告杂志, SocialBeta, 媒介 360 等数百个垂直类微信公众号开放白名单进行转载,《新营销》还在

期刊杂志上进行了内容刊登。

营销效果与市场反馈

截止目前，《AD+约创》视频节目已经播出五期，在行业内获得良好反响。节目将继续深挖营销业界热点话题和社交广告前沿动态。

在零推广成本的情况下，五期节目播放总量共计 50w+，总曝光达到 300w+。

广告门，Morketing 等行业媒体在官方网站上主动转载《AD+约创》相关内容，成功营销，中国广告杂志，SocialBeta，媒介 360 等数百个垂直类微信公众号开放白名单进行转载，《新营销》还在期刊杂志上进行了内容刊登。

luckin coffee 创始团队成员申跃、bangX 创始人/首席内容官王申帅、唯品会商业赋能部高级总监韩振涛等众多广告人现身说法，转发案例及海报表示支持，为《AD+约创》添砖加瓦。

节目播出后，腾讯广告吸引到上百家各行业企业广告主的合作，如寺库，周大福，劳斯莱斯，猫途鹰，伊利等品牌，纷纷将广告投放的阵地锁定在腾讯广告。