

珠江投资 25 周年推广#一滴水的告白#

广告主：珠江投资

所属行业：房地产行业

执行时间：2018.09.22-10.03

参选类别：社会化营销类

营销背景

行业发展背景：珠江投资成立于珠江畔，立足广州。历经 25 周年砥砺前行，从地产开发商成长为中国综合社会服务商，以“水”为代表的企业文化贯穿始终，以 H₂O 和 O₂ 为品牌核心，指导着珠江投资的行动与发展。

品牌传播及营销背景：

2018 年，迎来珠江投资的 25 周年。为了感恩回馈大众 25 年来的对珠江投资的支持，希望通过在微博平台打造企业品牌事件，体现珠江投资的城市情怀，同时联合线下派发咖啡活动，输出 25 周年的珠江投资品牌情怀。

面临的营销困境及挑战：

- 1、推广主题如何贴合珠江投资“水”文化特质和企业文化？
- 2、如何体现紧扣珠江投资“中国综合社会服务商”身份，表达珠江致力搭建美好生活？

营销目标

借势双线活动，为珠江投资 25 周年作宣传，传播企业的品牌理念和特质，打造珠江投资专属的品牌 IP 印象，为日后珠江投资旗下的项目宣传作铺垫，提升珠江投资品牌知名度。

策略与创意

策略：



借势珠江投资的 25 周年节点，以“一滴水”的视角输出品牌理念，并强化珠江投资“水文化”的企业特质。同时，也寓意着珠江投资 25 年来像“一滴水”的力量，慢慢地到汇聚成江，打造如今的珠江投资，并见证着城市建设，表达珠江投资告白城市美好生活，引导用户发现和分享城市美好。

创意亮点：

- 1、制造寓意深刻的互动性话题#一滴水的告白#
- 2、发起以比心地标打卡为内容的线上互动晒图互动，借以水滴表达珠江投资致敬城市生活。
- 3、以“一滴水+职场品质”成语新释的形式，解读具有特色的“水+坚持”企业故事。
- 4、定制珠投品牌专属的杯套，一滴水进驻企业派暖心咖啡活动。
- 5、借势节日热点，强曝光广传播，创意各形式传播活动，露出 25 周年品牌信息

执行过程/媒体表现

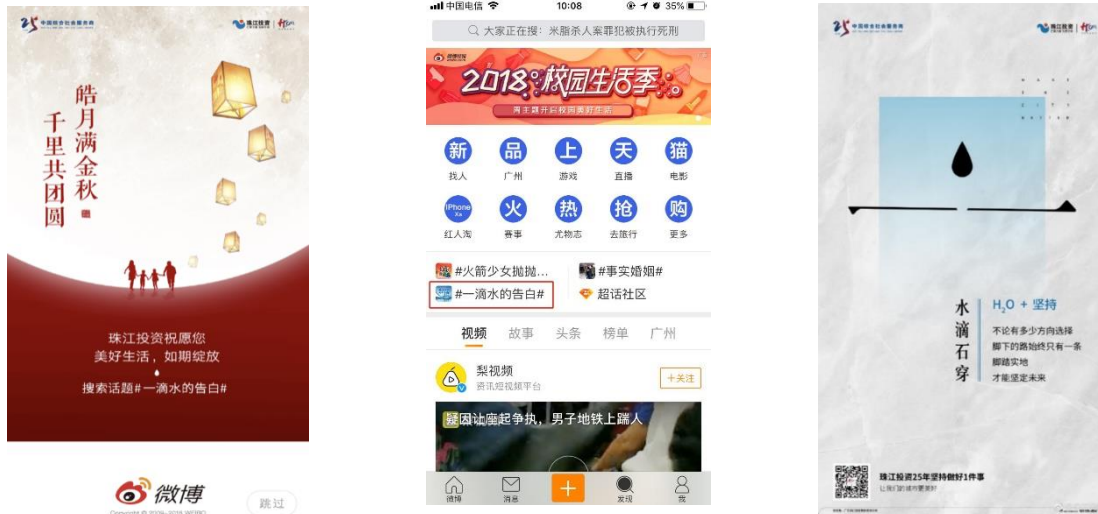
第一阶段：线上预热，发起互动

@珠江投资官博发出比心城市地标的微博活动，线上发起“比心城市地标”的晒照有奖征集互动活动，表白城市美好生活。

发布比心手势海报，同步配合发布海报，表白北上广深四大城市的地标，利用微博超级粉丝通进行信息流强推，引发网友参与手势晒图互动。利用蓝 V 联动矩阵，放大活动声量和影响力，实现 89 万的曝光量。



第二阶段：引爆活动，资源全覆盖



结合中秋传统节日的热点，开机报头上线，移动端全屏展示，用户全面覆盖，实现品牌强有力曝光。热门话题双端文字链上线，热门话题文字链强力导流，话题页聚合优质传播内容。

贯穿#一滴水的告白#话题中心，以“一滴水+职场品质”成语新释的形式解读珠江投资的企业故事，输出品牌内涵内容和影响力。

第三阶段：线下活动，话题保温



围绕“一滴水的告白”主题，定制带有珠江投资的专属杯套，打造珠江投资 25 周年的品牌宣言。线下走进奥飞娱乐、中国（广州）国际纪录片节组委会企业，为员工派发 500 杯珠江投资定制版

的网红小蓝杯咖啡，用行动来证明“一滴水的告白”，打造关怀青年、关爱社会的企业形象。

以短视频、九宫格以及表情包的形式，回顾线下活动的派送咖啡过程，集中展现其精彩过程，持续保持用户对品牌的关注热度，重点输出珠江投资 25 周年为主要信息。

营销效果与市场反馈

通过本次珠江投资的品牌微博推广，微博话题阅读量是 2095.8 万，话题讨论量是 9445。其中，比心城市地标的微博活动引起了广泛的社会关注，共有 6,691 名网友参与比心手势互动活动，推高#一滴水的告白#话题热度，进一步强化珠江投资的品牌曝光效果。

珠江投资官方微博得到有效地优化运营，提高其综合影响力，粉丝量翻倍增长，官博粉丝增至 1.22 万，增粉量为 6724。其中，推广曝光量达 288 万，实现互动数 28559。

与此同时，本案受到广告主珠江投资企业的一致认可，斩获业界同行纷纷好评，成为社会化营销的参考蓝本。