

科技无界 IBM#科技点亮科幻梦#话题营销

广告主: IBM

所属行业: IT 类

执行时间: 2018.01.23-01.26

参选类别: 视频内容营销类

营销背景

作为最早的科幻电影,星战系列为人们对未来的畅想构建了许多,而 IBM 作为信息技术的开山鼻祖,不仅帮助人类进行太空探索和登月,还在今年实现了众多《星战》电影中的黑科技。

作为一家连续 25 年拿下全球专利技术第一的公司,人们对 IBM 的传统印象亟待改变;IBM 此次打造了 10 支视频,将《星战》中的黑科技在现实中实现,掀起科技狂潮,让科技无界。

营销目标

打造科技无界这一主题,进一步塑造 IBM 科技点亮全世界,用科技实现人类梦想这一概念,并最终落到#科技点亮科幻梦#这一话题中来。

- 1、点明主题,凸显 IBM 强大科技和专利结束
- 2、代表了最前沿科技在全世界全领域中的作用,彰显重要性
- 3、按时本次传播的无界多样性,更具价值

策略与创意

三大核心策略让科技无界

- 1、创新无界——IBM 的创新实现星战黑科技让网民看到;;通过专题属性的创新营销方式整合传播。
- 2、形式无界——利用丰富各样的营销传播手段;具有多样化病毒性的素材形式。
- 3、声量无界——众多科技媒体、自媒体、KOL 参与话题营销;众多网民集中声援 IBM。

通过多元化的传播形式,高权重的媒体渠道,将 IBM 的丰富信息传递给消费者,改变了 IBM 在消费者心中传统刻板的印象,同时让更多人看到以科技专利为核心的 IBM 是如何用科技改变我们的生活,从大家熟知的计算机领域到盲文、社保制度等等。

执行过程/媒体表现

阶段一：科技改变世界

@IBM 中国 官方微博在话题传播当天共计发布 10 条原生视频, 阐述 IBM 如何将星战当中种种黑科技在现实生活中实现, 引发众多网友对于 IBM 黑科技的关注,



@星球大战 官方微博在发布 IBM 未来科技投票活动, @迪士尼中国 @IBM 中国 两个官方账号进行转发扩散, 号召网友针对最喜欢的未来黑科技进行投票竞猜

阶段二：科技链接世界

新浪科技频道旗下 @新浪科技 @科学探索 @新浪视频 3 个频道官微在传播当天转发@IBM 中国 发布 IBM 与星战关联视频;

传播当天@三联生活周刊 @康斯坦丁 @星球大战 @迪士尼中国 @科技交叉点 @极客视界 @虎嗅网 @果壳网 @IT168 企业频道 @51CTO 官方微博 @科技行者 @至顶网 等 12 个高权重知名大 V 参与话题讨论, 发布相关科技内容, 增加了话题热度及扩散;

主持人账号发布原生海报“隐藏在我们身边的 IBM” 3 条日常运营内容, 针对 IBM 冷知识进行推广引发受众对 IBM 品牌关注, 共计收获互动量 1964 次; 3 张微信海报在微信朋友圈被转发刷屏;





@最美工厂 官方微博参与话题活动播探访中国科学技术馆，为话题的扩散助力；



阶段三：科技实现梦想

@IBM 中国 原生发布 IBMer 小梦想长图文，@三联生活周刊 进行转发，在传播 IBM 品牌文化的同时让更多人参与到话题活动中来；



@三联生活周刊 承接 IBMer 小梦想长图文，原发小梦想完形填空博文,号召粉丝网友分享自己的小梦想，引发广泛互动，收获互动量 18601 次；新浪官微 @新浪财经 @新浪视频 2 个频道官微转发@三联生活周刊 转发小梦想完形填空，引发热议。

阶段四：科技拥抱未来



@IBM 中国 @星球大战 @三联生活周刊 3 个账号公布未来科技投票结果,共计收获互动量 15524 次，展现了网友们对于参与话题活动的积极性及热情，为话题的传播营造的良好的氛围；

营销效果与市场反馈

话题#科技点亮科幻梦#累计阅读量 4989.9 万;话题累计讨论量 6.5 万;

共计 35 个知名 KOL 大号助力传播;累计互动量 98045 次;

话题多次上榜，总榜 Top15，分榜 Top1，微博首页热门推荐，超过 6 天在榜；

探访直播累计 29.5 万观看量，2.2 万最高在线人数。