

中国联通×腾讯 QQ AR 穿越带你过足瘾

广告主：中国联通

所属行业：消费电子

执行时间：2018.06.20-07.15

参选类别：智能营销类

营销背景

世界杯期间用户足球关注度飙升，与联通-腾讯王卡看视频免流量的定位不谋而合。

联通希望能够借势热点提升腾讯王卡在年轻群体中的品牌认知。但中国联通作为非官方赞助商，如何另辟蹊径突破重围，进而抢占年轻受众注意力 C 位达成强效品牌传播成为本次营销的关键。

营销目标

数据发现，足球核心用户在互联网上最长使用的是应用依然是移动社交，其中以 QQ 等为首的即时社交使用居首。

腾讯 QQ 覆盖 8.16 亿用户，其中以年轻用户为主，是腾讯王卡的核心客群。

他们更容易被科技炫酷的创新玩法吸引，爱互动也爱分享，对于品牌来说，也更容易引发社交传播。

策略与创意

AR 技术打破次元壁，将用户和品牌同时带入世界杯场景中，王卡品牌无缝植入，超炫体验再次引爆社交传播。

AR 穿越科技吸睛+场景植入强势曝光+社交互动持续传播

通过 QQ 超大覆盖和 AR 技术的超炫视觉互动锁定用户注意力，联通-腾讯王卡全场景多维植入提升品牌曝光，并可生成动态海报分享，触达更多人群引燃社交传播。

执行过程/媒体表现

1、技术运用：科技化引爆

AR 技术为 8.6 亿 QQ 用户开启任意门，现实与足球赛场无缝穿越引爆关注热潮，奠定传播基础

2、创意应用：场景化植入

联通-腾讯王卡赛场 360 度全视角植入，第一视角互动罚球，品牌助力用户射门夺冠，打造强势曝光。

3、媒体应用：社交化传播

腾讯王卡携手用户荣登冠军头版，联通-腾讯王卡信息持续露出，通过用户名称、好友名称的关联，刺激用户分享活动，触达更多人群，引发二次传播。

营销效果与市场反馈

黑科技创新玩法+腾讯王卡品牌无缝植入，令本次活动叫好又叫座

3015 万用户完成穿越，相当于冰岛人口的 88 倍；

1.25 亿体验时长，相当于 141 完场世界杯球赛；

每 3 个人中就有 1 人分享战绩，C 位当仁不让；

每 4 个人中就有 1 人保存视频，好感度 skrskr；

腾讯王卡关注度增长率高达 384%。