

万达乐园延禧攻略游园记创意设计项目

广告主：万达乐园

所属行业：旅游业

执行时间：2018.08.10-08.21

参选类别：微信营销类

营销背景

2018年，说是古装剧元年也不为过，尤其一部《延禧攻略》更是风靡，引各年龄层受众纷纷折腰，心甘情愿熬夜追剧；而万达乐园带来的欢乐亦令人念念不忘，但万达乐园五大园区分布于全国各地，想要全部领略其不同的乐趣颇具难度，亟需更全面的介绍方式，让受众有更深入的了解。

营销目标

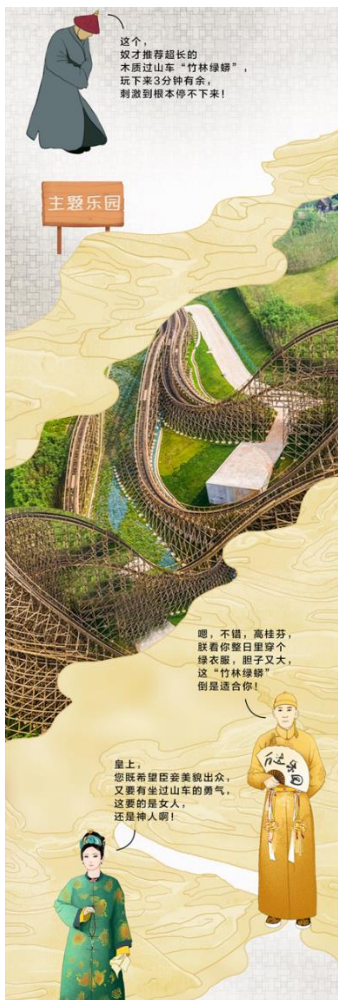
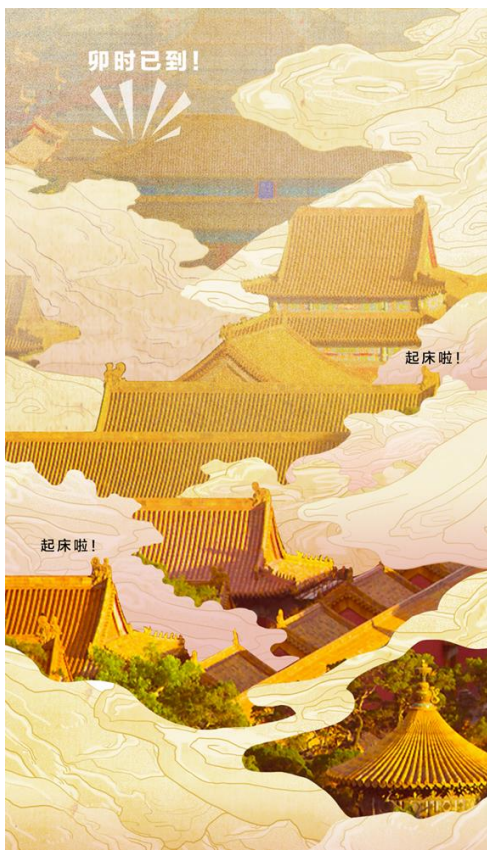
以电视剧热点为基础，打造趣味长图，凸显万达乐园的产品定位，传播覆盖大面积受众，提升关注热度，加强受众的记忆点。

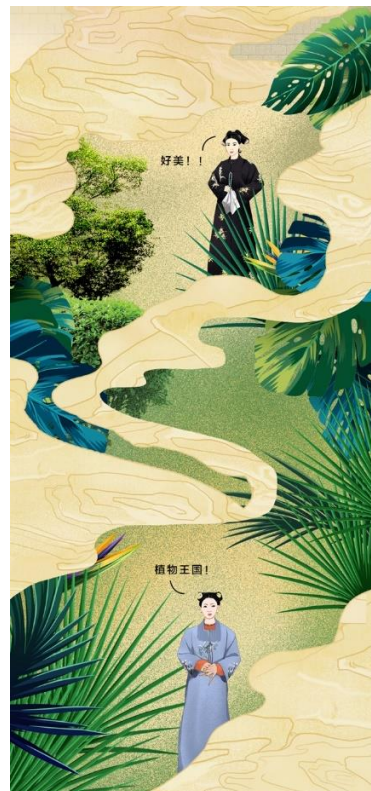
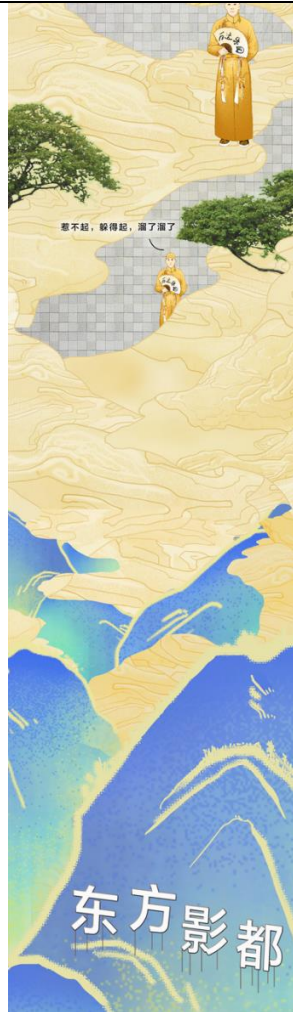
策略与创意

相对于文字和图片，图文结合的方式更能加深印象和传播度。万达乐园的五大园区遍布全国，适宜全家游玩，借势热点及长图的方式，可以满足需求，促使宣传力度的最大化；以热剧的人物和经典台词串联整个故事线，引起受众的强烈共鸣，引发寻找共同点的兴趣，同时以出游的方式串联五个万达乐园的介绍，强化吸引全部看完的完整性。

执行过程/媒体表现

视频链接：<https://v.qq.com/x/page/x0828tlgrfc.html>





以皇上与众嫔妃游万达乐园的设定为基础，展示游园的过程，将五大园区的特色设备融入其中，同时在台词中诠释设备游玩特点。

营销效果与市场反馈

在留言中，热点共鸣齐刷刷体现，成功激起受众一游万达乐园及了解相关设置的兴趣。8.21 日万达乐园微信公众号推送长图，公众号文章阅读量 34361 人次。