

京东 11.11 达人盛典社交媒体传播

广告主：京东

所属行业：电商

执行时间：2018.11.08-11.13

参选类别：社会化营销类

营销背景

京东 11.11 达人盛典是 JD APP 千人千面频道在双十一推出的以内容、达人为主的营销活动，通过聚合用户、达人、机构、品牌等多方资源，打通内容、商品、社交的壁垒，让购物不仅存在于购物场景，而是在看文章、视频、直播，以及与达人互动等新的场景中，让购物轻松的融入到生活的各个角落。

营销目标

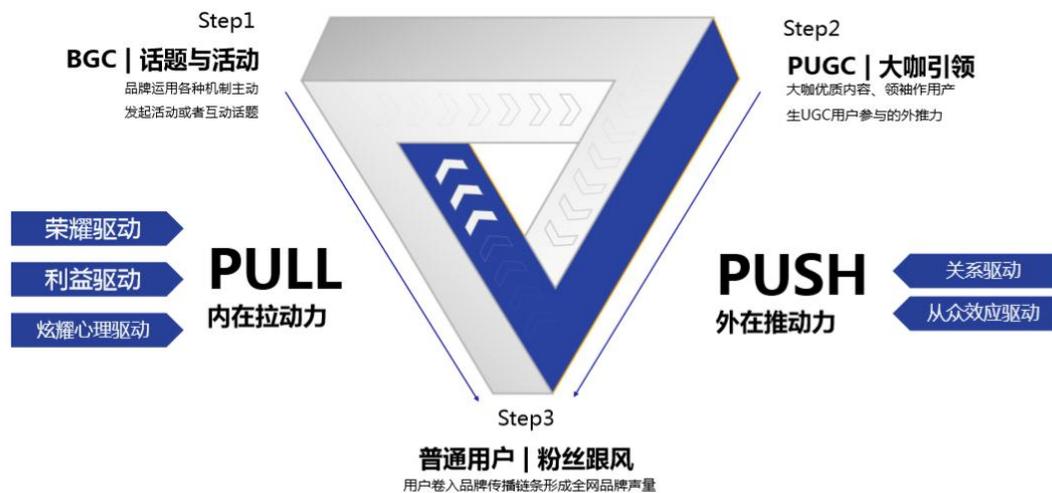
针对京东 11.11 达人盛典“摩登时尚、品质生活、吃喝玩乐”三大板块，通过短视频、直播、双微等社交媒体平台进行 KOL 众包创意及传播，深度触达普通消费用户，并最终实现让普通用户被 kol 及原创内容吸引种草，为京东达人盛典带来品牌及销量的提升。



策略与创意

充分聚合社交平台网红达人和社交圈层的流量,以优质的原创图文+短视频+直播形式,打破商品、内容、社交的边界,为京东 11.11 达人盛典导入优质流量。

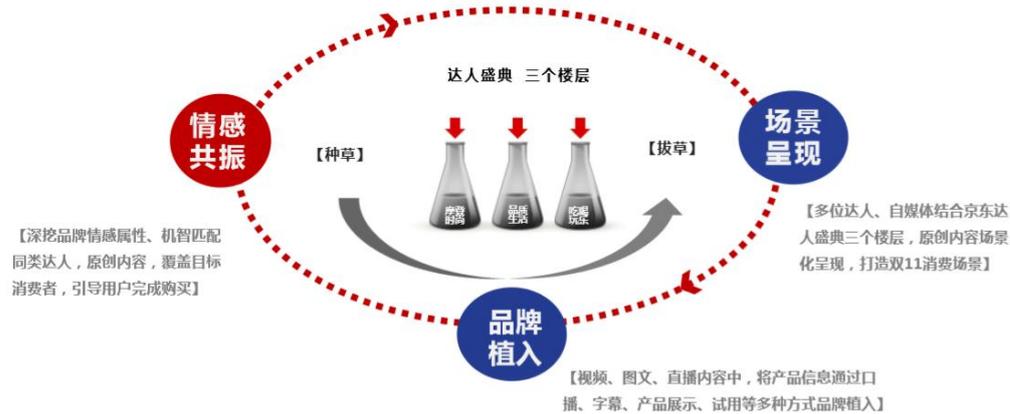
从 BGC、PUGC 到 UGC 形成高效营销闭环,推拉结合、内外兼施;引爆社交,锁定流量。



媒介策略:通过短视频、直播、社区、内容导购等形式增强用户体验和参与感,引爆京东双 十一达人盛典。覆盖包括微信、微博、抖音、快手、秒拍、一直播等;



内容策略:以“情感表达”为手段,分别针对“达人盛典 三个楼层”进行场景化呈现,原创内容,产品植入,将“内容、社交、商品”紧密联系起来,高效完成“种草”“到”“拔草”等一系列营销目的。



执行过程/媒体表现

1、智能选号，助力项目精准投放

基于对京东达人盛典目标人群的数据洞察、项目预算等，通过微播易短视频智能营销平台的多维度数据标签，智选 12 位匹配传播的 KOL 传播矩阵。

短视频 pgc : Bigger 研究所、红鹤笔记、刘阳 Cary ;

微信大号 : Hugo、有品生活、有范志、妖精边儿、MISS 南、有束光、好奇博士、数英 DIGITALING ;

一直播达人 : V 博 : 草图君、休闲璐。

2、内容原创+社交圈层全方位触达，快速引爆双十一达人盛典

充分发挥头部大号的原创能力，通过原创短视频、原创图文、直播等内容，借助抖音、快手等短视频平台传播渗透能力，快速打造爆款内容。借助腰部及以下 kol 的快速执行和分发能力，由点到面，触达全网，快速引爆。

➤ 短视频传播层面：

三个头部 PGC 刘阳 Cary、bigger 研究所、红鹤笔记，分别针对吃喝玩乐、摩登时尚、品质生活三个楼层进行创意内容输出，多平台分发，精准触达意向用户。



原创视频举例：

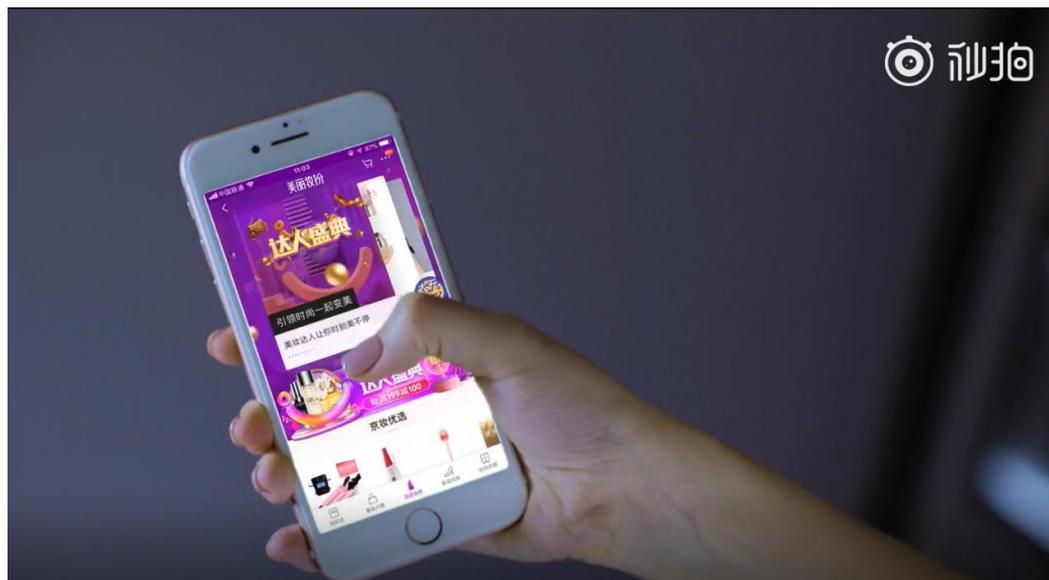
短视频 KOL 原创种草类短视频，向职场白领安利达人盛典，种草好物

例如：知名视频 PGC@红鹤笔记 原创《那些总保持精致的女孩，是怎么做到的？》短视频，描述白领女孩一天的生活轨迹，从上班、约会等不同场景切入，早起做面部美容用 refa 美容仪，头发凌乱用金稻直发梳，衣服褶皱了用花王去皱喷雾，十分钟搞定等等，全面种草用户。

原创视频链接：

<http://n.miaopai.com/media/FOvYpcwfaNeZFzn21ZjQooHRHZFZCiPU>

该视频通过红鹤笔记官方的秒拍、微信等渠道传播，一周传播量突破 500 万+。



➤ **图文传播层面：**

7位微信头部+腰部KOL，基于吃喝玩乐、品质生活、摩登时尚三个楼层的传播目标，原创生活、励志类图文，通过情感交流与内容共鸣，向职场白领安利达人盛典，推荐好物，引爆双十一达人盛典。



例如：微信大号“HUGO”原创《真正见过世面大小姐到底什么样》励志类型文章，细数了那些独立、精致、优雅、见过世面的大小姐们，包括“国民第一名媛”唐瑛、“少女奶奶”吴彦姝、“最后的贵族”赵四小姐等，通过她们折射和倡导女性该有的生活方式，鼓励女性多样选择生活，并从京东达人盛典开启自己的千面人生。

微信原文链接：https://mp.weixin.qq.com/s/5Jr7_L476MyhCLrsaMwYZg

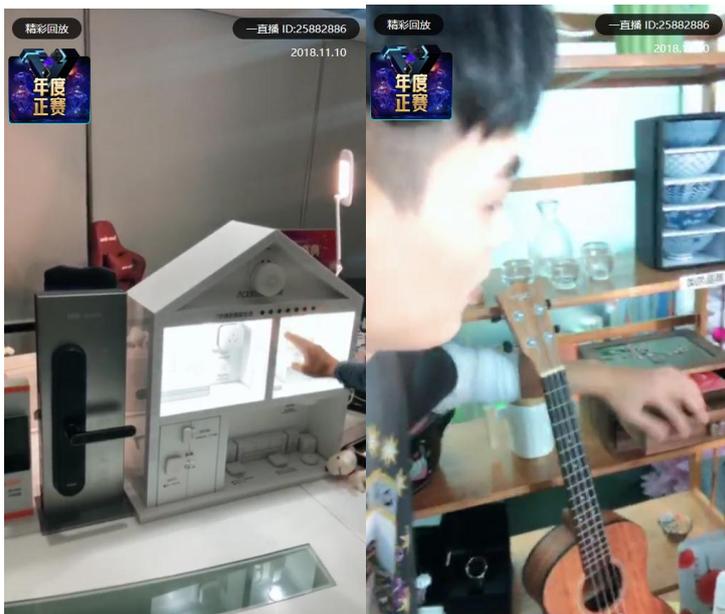
该文章 24 小时阅读量突破 10 万+，大量用户留言表达了自己的生活态度。



➤ **直播传播层面：**

直播达人通过一直播等平台，向粉丝推荐京东双11 达人盛典，推荐好物。11月10日，达人@休闲璐@草图君线下京东集团总部实地直播1小时，掀起流量主播粉丝之战。

直播回放链接：<https://www.yizhibo.com/l/fmfN5q79TcSjFlxB.html>



营销效果与市场反馈

本次传播项目经过7天的传播数据统计，总计获得超过3321万+曝光量，总互动1500万+，其中：

微信原创文章总阅读量：7,008,327 次；原创短视频总播放量：22,899,526 次；视频直播总在线人数：14,908,000；总互动量：15,072,104。

项目亮点：

本次传播成功聚合了达人+社交平台的力量，通过原创内容+达人+社交形式，打破商品、内容、社交的边界，为京东 11.11 达人盛典导入优质流量。首先是传播达人资源优质，全部经过微播易平台智能筛选推荐，经过大数据分析比对，与传播人群高度匹配。其次，原创内容优质，且形式以植入或励志故事为主，拒绝生硬的广告，让用户在欣赏内容过程中自然被安利种草。