

## 百度娱乐人物

**广告主:** 百度

**所属行业:** 互联网

**执行时间:** 2018.08.05-10.30

**参选类别:** 跨媒体整合类

### 营销背景

基于百度 App 娱乐动态产品上线一周年，明星入驻量已接近 80%，希望通过通过行业奖项评选和粉丝活动传播扩大业内、用户对产品的认知度，全面提升产品关注、互动数据，吸引更多业内合作。“百度娱乐人物”是百度娱乐方向的成功 IP，拥有较强的业内和粉丝基础，往年活动当红明星李易峰、唐嫣、刘诗诗、黄子韬等十位艺人都曾获得该荣誉并参与线下颁奖&见面会活动。今年的项目希望更延续这一 IP 影响力，用娱乐活动为百度 APP 吸引更多的年轻用户。于是通过深度粉丝联动、标杆性粉丝权益、深度明星结合、花样媒体投放，以最小的成本，最终实现了史无前例的数据效果。如何找到最有行动力目标用户，有效的通过营销手段实现并充分撬动积极性实现品牌和产品目的，一直是行业的难题，该项目锁定粉丝目标用户，撬动粉丝力，实现真正的粉丝经济。

### 营销目标

**粉丝端:** 在粉丝群体中梳理百度娱乐的品牌，同时带动产品数据的拉升和粉丝内容的创作。

**明星端:** 树立娱乐品牌权威性，拓展明星合作的前景和深度，结合明星的力量创造话题和扩大影响力。

**媒体投放:** 一方面粉丝权益投放刺激粉丝为爱豆打 CALL，提升产品数据创造粉丝群里的共同话题；另一方面娱乐人物投放，洽谈明星深度合作，联合宣传百度娱乐品牌，并达到百度娱乐人物品牌认知度在目标群体中提升的目的。

### 策略与创意

**粉丝圈策略:** 将粉丝经济转化品牌实力，抓住粉丝为偶像争取权益的带入性心理和粉丝帮爱豆攀比的心理，利用全球性的标杆权益和深度的明星结合，充分调动粉丝积极性，引爆粉丝圈，多平台展现榜单权益，扩大活动传播力，深化品牌影响力，凸显榜单权威性。

**明星圈策略:** 利用品牌影响力和投放资源，洽谈十几位流量级明星合作，深度与明星结合，在微博、百家号和线下直播全媒体深度明星互动，同时增强百度奖项和榜单的明星背书性，有效带动粉丝力量。

创意亮点:

- 1、粉丝深度参与: 该项目与粉丝深度结合, 不仅与百位明星粉丝团深度绑定, 粉丝花式打榜攻略积极号召, 带来史上最高榜单成绩, 同时结合线下活动事件与粉丝助推#沈月百度获奖痛哭#等一系列明星相关的传播和话题。
- 2、明星集体宠爱: 项目集合了超一线明星集体的宠爱, 蔡徐坤、陈立农、易烱千玺、华晨宇、张艺兴等十几位明星集体站台发声支持, 获得了超高的媒体关注度和粉丝关注度, 使得百度娱乐人物一时成为娱乐圈争相讨论的黑马 IP。

## 执行过程/媒体表现

**预热阶段:** 整合粉丝明星群体实现品牌目标

活动预热期与百位明星粉丝团提前打成一片深度沟通, 对粉丝超有吸引力的权益做到了了然于胸信心满满, 同时利用粉丝团的影响力进行打榜活动传播和扩散。所以在前期预热既做到了有效扩散信息又节省了预算, 在打榜阶段几十条粉丝团微博登上热门微博。

**【打榜阶段】** 整合全球线上线下媒体, 对粉丝力和明星力的营销挖掘, 有效实现产品增量。

**1.粉丝营销:** 利用为爱豆赢下美国、日本、中国香港全球大屏、霸占全国十个城市 LED 大屏幕、承包北京上海所有机场的有噱头和爆点的权益, 引发了粉丝热烈追捧和粉丝团花式应援。最终为产品带来前所未有的收益, 数亿级别投票量, 粉丝应援微博数十条登上热门微博, 新增用户和粉丝产品贡献内容超亿篇。



**2.明星营销:** 根据百度大数据和综合因素评定『十位年度百度娱乐人物』,通过百度品牌及投放资源,与艺人洽谈合作,微博纷纷站台支持,不仅发布视频 ID, 并且感谢百度颁奖。活动大 V 主动转发并登上热门微博, 明星微博蒙牛及 EXO 官微的支持。



【颁奖阶段】整合明星、工作室的资源吸引 KOL 和媒体关注度，有效的进行品牌传递。

1. **颁奖直播：**四大明星陈立农、黄轩、佟丽娅、沈月线下直播颁奖获百万人围观，并获得四位明星工作室的纷纷站台。



2. **粉丝权益兑现：**品牌携明星信息，霸屏全球十个城市，部分上刊视频播放量共计 32 万；上刊官微转发 28284 次、评论 89159 条、点赞 15183 次；多位大 V 主动转发，四条相关微博登上热门微博。活动信息霸屏全球，四条微博登上热门。



### 3. 百度娱乐人物投放

百度娱乐人物投放小成本覆盖北京 80%的娱乐圈人士聚集地，相关投放微博获得 680 万转发，140 万评论，146 万赞，并三次登上热门微博。



## 营销效果与市场反馈

品牌整体曝光 12.2 亿人次，微博话题阅读量 2.4 亿，微博话题讨论量 390.3 万，百度娱乐人物活动获得了品牌与产品增长双收益！

【百度指数】『百度娱乐人物』百度指数比『微博之夜』本年峰值高出 490%；

【微博指数】『百度娱乐人物』微博指数日环比提升 66%，并带动『百度 APP』微博指数日环比提升 1077%；

【微信指数】『百度娱乐人物』微信指数峰值日日环比提升 54.61%，带动『百度 APP』环比提升 17.64%。



