中国移动百度卡创意视频

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：视频内容营销类

营销背景

百度 APP 和中国移动联合推出中国移动史上最良心流量卡『中国移动百度卡』，经用户分析该卡优惠力度有强吸引力，希望借创意视频内容在此卡推出之际，策划具有话题和自传播力的市场传播，提升办卡量从而促进产品数据的提升。

营销目标

视频播放量突破百万。

策略与创意

传播渠道策略：通过创意视频为载体，利用用户出乎意料的场景带入，传递核心信息，在百度 APP 内部以及以 H5 为载体在朋友圈自传播。

视频内容创意：综合市场竞品，该『中国移动百度卡』对用户的核心吸引力为 1 元 800M，视频以『1 元 800 兆，流量可劲造』为主要产品卖点。该视频利用反用户思维，1 元钱在用户生活中并不被重视，于是视频内容以 1 元钱的重要性为创意的出发点，将这个信息点放大，放到男女朋友约会这样吸引眼球场景中，塑造一个买安全套的有争议的场景，和一个不顾面子，为了 1 元钱不惜惹恼女友的吝啬男友的故事，最后以反转的形式，传递出『1 元 800 兆，当然很重要』的信息点及『中国移动百度卡』的广告，是用户。

执行过程/媒体表现

首推阶段：视频在百度 APP feed 流进行推广，并在微信端自然传播，播放量共达到 9358 万。

视频播放地址：http://www.iqiyi.com/w_19s6fm2tb9.html

发酵传播：视频官方未在微博端传播，由于前期的推广，被微博大 v 『互联网的那点事』自行发布微博，视频自然播放量 61 万，微博共获得 1887 转发、1145 条评论和 1129 个赞，并得到了网友的关注和讨论。

营销效果与市场反馈

视频整体播放量为 9409 万，视频被**微博大 v 互联网的那点事自行转载，微博共获得 1887 转发、1145 条评论和 1129 个赞，并获得网友的广泛好评。**