

《马小云的秘密》鲸鱼小班开学季项目

广告主：鲸鱼小班

所属行业：在线少儿英语

执行时间：2018.08.20-09.30

参选类别：视频内容营销类

营销背景

- 1、K12 在线教育市场向阳发展，但一对一私教课市场已被抢占；
- 2、1 对多小班课市场前景广阔，且尚无巨头抢占市场；
- 3、鲸鱼小班定位“在线少儿英语小班课领导品牌”，但需面对知名度较低的挑战。

营销目标

- 1、提升鲸鱼小班品牌知名度，抢占在线少儿英语一对多市场领导地位；
- 2、通过讲述在线英语同伴课的益处，建立品牌强关联。

策略与创意

- 1、创意策略：通过打造一支轻松欢快的短视频，讲述英语学习同伴概念，以此撬动新媒体平台实现自传播；
- 2、创意内容：以快节奏的叙事方式，讲述女主重新回到小学，与优秀的互联网大佬一起学习英语，从而走上人生巅峰的故事。

执行过程/媒体表现

一、视频制作

根据鲸鱼小班“同伴课”的定位，讲述了女主“余小晶”回到小学，通过与学霸“马小云”一起学习英语，从而逐步成为人生赢家的故事。

视频贴合了新媒体平台视频传播短频快的特点，整体短小精悍，节奏感快、故事性强，同时加入了互联网大佬的一些常用梗，使得视频内容更易引起大众的参与分享。

视频链接：<https://v.qq.com/x/page/p0707h8si5i.html>

二、媒介传播

本次传播主要基于微信及微博平台进行传播：

- 1、微信：本次传播主要选择了情感类大号，从“嫉妒使人成长”、“你和什么样的人在一起，就会变成什么人”等当下热门的话题出发，引起大众共鸣，从而进行品牌的软性植入。

参与 KOL：小十点、一星期一本书、洞见等 5 个 KOL 进行发布。



- 2、微博：微博开设了#曾经的同桌#话题，通过对视频内容的衍生，引发大众共鸣并参与讨论。同时通过段子手+情感类+垂直类大号的共同带领，配以 50 家品牌蓝 V 同步宣传，实现多渠道全面引爆。

参与 KOL：回忆专用小马甲、小学生看世界、父母必读杂志等 13 个 KOL 进行发布。



宣传海报展示:





营销效果与市场反馈

本次拍摄的《马小云的秘密》短视频，截止2018年11月28日，线上平台共播放413.6万次，得到了亲子教育圈规模性引爆。

截止2018年11月28日，由《马小云的秘密》衍生的微博话题#曾经的同学#共获得阅读9177.1万次，引发讨论11.2万条。9月19日视频上线当天，话题便荣登微博话题教育榜**分榜第一**、小时榜**总榜第二**，并持续在榜近3小时。

视频引起咪蒙、灵魂有香气的女子等众多大号发文热烈讨论，文章整体阅读量高达300万；同时视频得到了回忆专用小马甲、小学生看世界、苏芩、陆琪等一众微博大V关注转发，引发了近10万网友参与互动。





车厘小惠🍷: 我同桌是好学生, 自从和我坐一起之后就被我带坏🤔成绩直线下降, 然后和我一起读了同一所学校, 论同桌的重要性

第658楼 9月23日 16:10

回复 | 3



Kelanta7: 猝不及防一波广告

第657楼 9月21日 07:39

回复 | 4



FANCY_DOGGY🐶: 看成马云的小秘密

第655楼 9月21日 00:38

回复 | 1



爱菲铁塔梦🍷🍷: 为啥我和同桌之间天天是撕逼大战! 没有互相救赎呢! 🤔🤔🤔🤔

9月20日 13:40

回复 | 3



应应是个小逗娃🍷🍷: 是真的救赎大戏了, 给力的同桌

9月20日 13:34

回复 | 4



有没有吃了啊🍷: 从小到大我的同桌都是班长🤔🤔🤔🤔

9月20日 14:29

回复 | 赞



陈浅爱一生★: 课程我非常感兴趣哈哈

第539楼 9月20日 21:11

回复 | 赞



热心好心的人★: 创意与创新的结合产物🍷

第538楼 9月20日 21:11

举报 | 屏蔽 | 回复 | 赞



自己看吧★: 鲛鱼小班课就是这么给力啊

第533楼 9月20日 21:10

回复 | 赞



96年的可爱萌🍷: 我同桌一定没拉我, 我现在在撸铁🤔🤔🤔

9月20日 13:33

回复 | 1



笑笑笑笑笑刀笑笑笑🍷: 每天都在互相救赎好嘛🤔🤔🤔

9月20日 13:32

回复 | 1



小酒窝的小梨涡🍷: 人生中遇到的每一个同桌人都很好

9月20日 13:32

回复 | 1