

## 《头号社群》首届顺逛社群争霸赛

广告主：顺逛

所属行业：社群交互

执行时间：2018.05.17-09.06

参选类别：移动营销类-互动类

### 营销背景

一起探索这个共享时代下社群的玩法，将不同社群、内外部资源并联整合，在同一个空间中产生联接、互相协作的社会价值，最终发扬品牌社群价值、建立社群新标准、实现顺逛平台的引领引爆

海尔，坚持以用户交互为核心，实现产品迭代及创新。

### 营销目标

凝聚万家社群的强大号召力，助力各类社群发展的强大驱动力，影响中国社群发展的强大创新力，物联网时代第一社群经济平台/品牌。

### 策略与创意

策略：

打造社群大型竞赛类 IP 活动，通过活动驱动，模式打造，传播造势，实现活动三大目标：

①活动策略：一场全民参与社群 PK 赛——顺逛发起全球首个社群竞赛，引爆品牌声量，通过全新的社群互动玩法，颠覆传统比拼形式，万千战队同场竞技，合力迎接花样挑战，展现社群不可思议的力量，首次定义社群标准。

活动驱动：好玩、有趣、利益

模式打造：产品社群交互新模式

活动阵地：顺逛平台——顺逛 APP 报名+展示+作品上传

传播阵地：六大平台定制入口，重磅超量资源全力打造爆款社群交互赛事

创意亮点：

传播亮点 1：社群体验升级——颠覆传统形式，全民低门槛广参与，以深度体验带动口碑

多平台报名入口，多角度触达用户，多玩法低门槛互动参与，保证了活动的参与广度。同时，微店主认为，这场比赛，让大家的小群变大群，群内更活跃，每天有很多分享交流的内容，从交易到交互和用户做朋友。同时，他的用户通过活动感受到顺逛是大平台，有能力组织这么大的活动，且设置这么高的奖金，愿意跟随和信赖。

传播亮点 2：社群圈层形成——衣食住娱各类社群加入，逐步实现家生态

借助衣食住娱 15 位意见领袖，在不同社群圈层内进行大赛内容和口碑的传播，且通过活动参与及传播引导，形成具有代表性的万人品牌大社群；以微店主、用户形成的战队，围绕衣食住娱四大领域，细分不同的属性。最终形成各个战队有标签，各个社群有链接，为建设一个家、服务一个家的家生态平台，提供了丰富的交互渠道及资源。

传播亮点 3：社群价值构建——解决方案持续发酵，美好生活来顺逛

“产出 154225 个解决方案，在平台提供交互。大赛优秀作品短视频、官方视频共计 36 支，覆盖社群、朋友圈；抖音账号发布 20 支短视频，播放量 3405 万+，获赞量 186 万+，集团内排名第一。数据的背后是持续发酵的影响力，也是用户对解决方案的需求，它构建打动人心的价值点：分享美好。同时，也充分展现了我们平台以用户交互为核心，从用户中来到用户中去，为用户定制美好生活。紧贴集团 X.0 发展规划，发挥平台价值。”

## 执行过程/媒体表现

### 1、5 月 17 日-6 月 5 日需求征集及启动会

目的：引流曝光

策略：①增加优质流量平台②大动作曝光，引流至出题平台

线上预热过程



17:46 话题详情  
夏天，愿意带你玩票大的

17:45 话题详情  
看，这就是《头号社群》

17:45 话题详情  
【直播】头号社群启动会 震撼来袭

黄伟群MFC  
2308 18:29:02  
我给大家出个题 要么建立一个系统，要么加入一个好平台！大感谢就不错，期待你们的加入！

小诚29014415  
2218 19:49:01  
没有一个人的社群，只有一群人的荣耀！

小诚29014415  
2218 19:49:01  
海尔顺逛出资千万 带你玩转头号社群

远哥海尔顺逛团队  
2308 18:29:02  
有你有我也有他，共创社群交互，创造美好未来！

制造悬念引发讨论

攻略在此深入人心

社区直播震撼来袭

微店主自传播讨论

一张图看懂头号社群



15:33 话题详情  
看，这就是《头号社群》

15:33 话题详情  
赛程安排

15:33 话题详情  
赛事奖励

15:33 话题详情  
没有一个人的社群，只有一群人的荣耀！

赛程安排

- 第一阶段 需求征集 (2018年8月17日-7月21日) #我给大家出个题#
- 第二阶段 初赛 (2018年8月29日-7月25日) #全民争霸赛#
- 第三阶段 半决赛 (2018年7月26日-8月17日) #20强晋级赛#
- 第四阶段 社群盛典 (2018年8月18日) #百万红包争夺战#

报名方式  
你可以通过以下任意方式报名

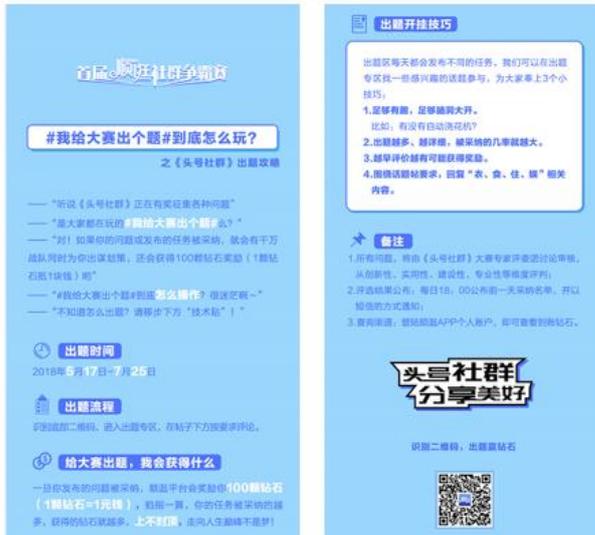
赛事奖励

- 新注册报名的用户 可获得顺逛平台360元代金券
- 注册奖励
- 被采纳为任务即可获得 100颗钻石奖励
- 排名奖励
- 每周/月排名靠前的战队 获得额外奖励
- 进入20强战队均可获得 5万大奖
- 第3、4名战队可获得10万大奖
- 亚军战队可获得20万大奖

《头号社群》正式启动  
点击链接: <http://t.me/qzhaier.com>  
赢巨额奖金。

5.16日发布一张图看懂头号社群攻略长图、朋友圈、微信群及社区话题，围绕背景、赛制、奖励等全方位介绍头号社群，作为外部流量的承接工具，且向H5引流。社区话题浏览量：9115，评论量655。

出题阶段攻略



为解决微店主对于出题采纳规则的困惑，通过长图详细解释出题阶段的玩法和采纳规则，减少负面消息，聚拢新老微店主参与出题。

发布渠道：微信群、朋友圈

2、6月6日-7月任务筛选及发布，战队报名作品PK

目的：圈人组队

策略：①高校、母婴、广场舞大妈等社群做精准转化②线上+线下并行圈人③明星等资源吸引圈人

优质内容指导及激励战报



## 用户ugc优质内容二次包装



## 战队故事包装发酵



对战队进行包装，诠释了从用户中来到用户中去，引起微店主们的自动转发和响应，并自发的强烈要求也要进行包装。引流参与比赛的用户留存活跃于社区，真正引流到平台上。

### 3、7月-8月四大领域 TOP20 评选

目的：定向演绎

策略：①战队故事包装②明星资源保持曝光

线上现场直击



### 活动当天精彩视频输出

802启动会战队风采回顾

803集训营大咖导师带领

### 802启动会长图总结海报

802现场精彩内容盘点

总结：对现场盛况及时解读和输出，方便大家第一时间传播出去，动态的了解现场热狂，打造当天朋友圈刷屏效果。

### 20强任务解决方案的趣味解读

### 冠军竞猜-延续参与者活跃

### 20强战队强势拉票工具

### 816 吉尼斯现场传播

## 816吉尼斯社区落地反响热烈



### 社区微店主热烈响应



## 4、9月6日社群盛典争霸结果公布

目的：占位升华

策略：①吉尼斯记录认证②行业背书③标准发布

## 906社区传播阶段总结



社群盛典招募大众评委、四强九宫格创意海报、倒计时视频海报、大赛全程回顾情怀《致微店主的一封信》等得到内外部微店主们朋友圈大量转发为盛典造势；盛典现场10余次图文直播实时传播刷屏朋友圈。

预热期：创意内容自驱动转发	引爆期：盛典现场朋友圈刷屏	延续期：微店主后期发酵
<p>1. 社区906盛典招募大众评委得到微店主的热烈响应，优质内容的书写达40多篇（200字以上）与顺逛头号社群的故事。</p> <p>2. 朋友圈九宫格创意海报、倒计时视频海报《致微店主的一封信》引用户对906盛典的关注。</p>	<p>906当天10余次内容分发传播，在数十个百人群里传播转发，直接覆盖全国各地种子微店主人群达3200人，在朋友圈内刷屏传播。</p>	<p>1. 微店主们在社群里发表对此次906盛典和顺逛的感言。</p> <p>2. 联动自媒体共同发布头号成绩单，趣味九宫格盘点头号社群的硕果</p>

## 营销效果与市场反馈

通过活动传播促进用户关注、交互体验及活跃，为顺逛提升知名度，为平台导流，沉淀粉丝，增强粘性；赛事传播驱动产品迭代及解决方案产出，带动模式深化，最终提升平台价值，实现品牌沉淀

