

中元节鬼节禁忌了解一下

广告主：最美工厂官微

所属行业：自媒体

执行时间：2018.08.24-08.26

参选类别：互动类

营销背景

《最美工厂》作为新浪营销类媒体官微，面向大众关注大众品牌及大众生活好物，处于上升积累用户的阶段。希望通过大众的节日热点内容让更多受众通过节日内容的关注《最美工厂》，提升《最美工厂》的知名度。

营销目标

让更多受众通过被忽视的节日，内容关联关注《最美工厂》，提升《最美工厂》的知名度。

策略与创意

关注被大众忽视的传统节日，内容唤起官微关联。

与外国万圣节在中国流行的同时，中国传统“鬼”节被更多年轻人所遗忘与忽视。而这个中国传统“鬼”节所传递的崇敬先长、行善事的初衷更是被大家所忽视。

中元节晚上不能照镜子？

中元节不能靠墙？

中元节不能熬夜？

通过了解中元节被遗忘的禁忌，《最美工厂》中元节节日期间希望让更多人关注中国传统文化，通过被大众遗忘的传统节日禁忌作为切入点，唤起受众的好奇心及关注，引发参与互动关注。



执行过程/媒体表现

#“鬼节”禁忌了解一下#创意内容唤起：

以中元节节日为引，融入中元节禁忌等相关的知识及请符咒趣味的互动参与体验，唤起大众对中元节的兴趣转发，吸引目标受众关注 H5 内容并关注最美工厂产生关联印记。



H5内容以中元节被遗忘的冷趣禁忌知识为主。中元节晚上不能照镜子？中元节不能靠墙？等冷知识融入H5，吸引用户点击了解。



整个H5页面风格以中元节卡通形象展示，贴合中元节节日氛围，通过长图鬼魅飘逸吸引用户滑动了解禁忌知识。并通过互动摇取护身符咒，让网友参与之后进行扩散分享。



整个情景融入公众号二维码，吸引更多人关注公众号。

1、#“鬼节”禁忌了解一下#创意 H5 中元禁忌应景

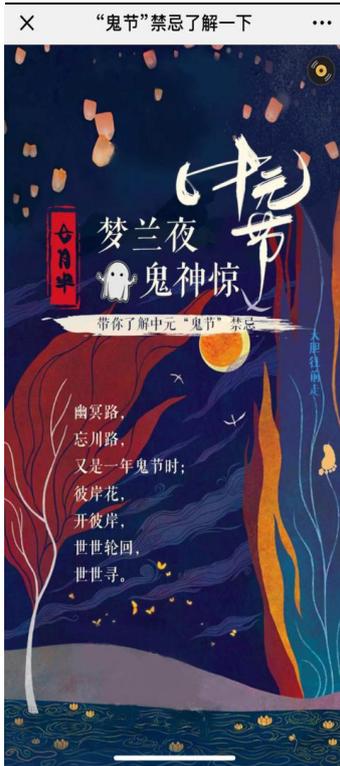
梦兰夜 鬼神惊

幽冥路，忘川路，又是一年鬼节时；

彼岸花，开彼岸，世事轮回，世世寻。



创意 H5 二维码



2、请符咒互动带入，融合“鬼节”氛围带入传统符咒引发更多传播。



营销效果与市场反馈

新浪官微&公众号矩阵联合传播，#“鬼节”禁忌了解一下#引发网友关注互动扩散。

H5 传播阅读量 60 万+，增加粉丝量 500+。