

VIPKID 携手电影《奇迹男孩》品牌联合推广项目

广告主: VIPKID 在线少儿英语

所属行业: 在线少儿教育

执行时间: 2018.01.20-02.10

参选类别: 跨媒体整合类

营销背景

行业背景: 以全球碎片化优质教育资源的“整合共享”为核心理念，以互联网技术实现供求双方的“连接”为驱动力，凭借二胎新政的东风，儿童英语在线教育行业在中国，正以平均每年超过 30% 的增速迅猛发展。

品牌现状: VIPKID 在线少儿英语，作为教育行业中国第一品牌，拥有超过 50% 的市场占有率。一路走来，品牌始终秉持以用户为中心，精耕老用户口碑，拉动新用户增长的营销理念。

营销背景: 2018 年寒假，感动全球千万家庭的北美励志电影《奇迹男孩》在中国上映。影片主人公在家庭与学校的双重教育引导下，走出自卑，创造了属于自己的奇迹，引发深层的社会思考，在全球范围内收获极高口碑。

营销目标

通过巧妙建立品牌与电影 IP 的强关联，最大化实现需求互补，达成低成本高效能的跨界合作是 VIPKID 在娱乐营销方面的尝试。

预估曝光量 2 亿次，销售转化率 4000 万。

策略与创意

通过营销洞察《奇迹男孩》主人公面对命运的残酷，面对环境歧视，在父母耐心的疏导之下，最终通过努力，创造了奇迹，感染了身边的每一位小伙伴。

从上述电影精神，关联到品牌策略诉求，借势《奇迹男孩》IP，沟通主题——寒假来 VIPKID，创造孩子的奇迹时刻。

围绕“创造孩子的奇迹时刻”，完成户外框架媒体、BD 推广、院线贴片、平台运营、社交媒体、公关传播等，平台内外全媒体矩阵整合。

执行过程/媒体表现

1、借力电影高口碑，创意首发海报引爆朋友圈，建立品牌与电影的心智关联



2、配合电影上映的倒计时联合社交化海报，充分借势电影关注热度，沟通品牌



3、从电影精神关联到品牌精神，精准线下媒体覆盖，品牌曝光规模化



4、线上线下精准投放主题联合海报，建立电影与品牌心智关联，及时转化关注



5、影片官方首映礼，VIPKID 老学员流利英语谈感想，展现学习效果



6、趁势组织各大媒体和百位学员专享观影会，促成电影好口碑向品牌好口碑的 UGC 扩散



7、北美好外教与老学员借电影为品牌打 Call，展示品牌优势和教学成果



8、通过互动活动，送出官方合作的观影券及电影周边“奇迹礼”，激活老用户，有效拉新



9、官方网站及官方 app 上线电影《奇迹男孩》的主题公开课，王牌外教带你观看励志大片，吸引近 4 万学员在线参与



10、站内站外精耕优质用户 UGC 内容传播，家长畅谈教育理念，引发家庭教育热议，发酵好口碑

视频链接: <https://v.qq.com/x/page/n0827pb2ziv.html>

营销效果与市场反馈

VIPKID 零成本达成电影资源置换, 整合多种营销形式, 以楼宇、院线和 Social 等传播渠道, 短时间内实现了 4.68 亿次曝光, 合计营销成果价值达 7500 万, ROI 高达 1600%!

通过借势《奇迹男孩》IP, 进行 VIPKID 品牌内涵的传递, 更精准地沟通家长群体, 赢得家长的同理心与情感共鸣, 为寒假课程谋求转化, 打造一场品效合一的走心娱乐营销。