

# 成都市城市营销"成都好安逸"抖音挑战赛

广告 主:成都市网络新闻信息中心

所属行业:国家机构

执行时间: 2018.06.16-06.18

参选类别:短视频营销类

# 营销背景

我们以"安逸的成都,来了就不想走"为主题,在抖音平台发起"成都好安逸"抖音短视频挑战赛,举行了一次全民参与的抖音挑战赛,通过 KOL 的号召力和短视频自带流量红利,引导网友自发分享"安逸的成都",强化城市关键词。

同时我们整合内部资源,旗下达人办公室小野多次自发性地将多个短视频内容参与至"成都好安逸" 抖音短视频挑战赛;办公室小野、爷爷等一下的微博平台也对本次活动进行了二次传播。

# 营销目标

利用抖音平台风口能量和流量红利,为城市推广热度添砖加瓦,让本次挑战赛被5000万(播放量)用户看见;

我们旗下 12 位 KOL 参与挑战赛, 粉丝累计 5000w+, 覆盖各垂类和领域, 进一步将城市信息推广至不同受众;

参与度广泛的抖音挑战赛,通过全民参与,引发全民感受成都的热情和魅力,2000 用户参与本次挑战赛。

# 策略与创意

#### (一)6月16日,视频首发

由具有国际影响力的超级 IP@办公室小野,首发以#成都好安逸#为主题的短视频,传递成都市核心城市形象"安逸"。

#### (二)6月16日,原创魔性BGM入库

我们围绕成都的"安逸"属性,以成都城市特色为创作元素,创作一首魔性抖音曲;所有 KOL挑战内容均选用本次 BGM,作为该挑战的官方 BGM;

(三)6月16日,12位 KOL 自带流量,参与"成都好安逸"抖音挑战赛



旗下 KOL 组成传播矩阵,由点至面,覆盖全网各垂类粉丝人群,吸引更多的人关注挑战,参与挑战;

#### 【旗下 12 位 KOL 参与本次挑战】

- @办公室小野
- @代古拉 k
- @七舅脑爷
- @波多野红梅
- @办公室小作
- @李一檬 EMOO
- @爷爷等一下
- @苏豪同学
- @慕容 rich
- @钟金琪
- @铲屎官阿程
- @麒麟

#### (四)抖音官方投入硬广支持该挑战赛

热搜、信息流 push、Banner6 位

# 执行过程/媒体表现

(一)6月16日,视频首发由具有国际影响力的超级 IP@办公室小野,首发以#成都好安逸#为主题的短视频,传递成都市核心城市形象"安逸"。





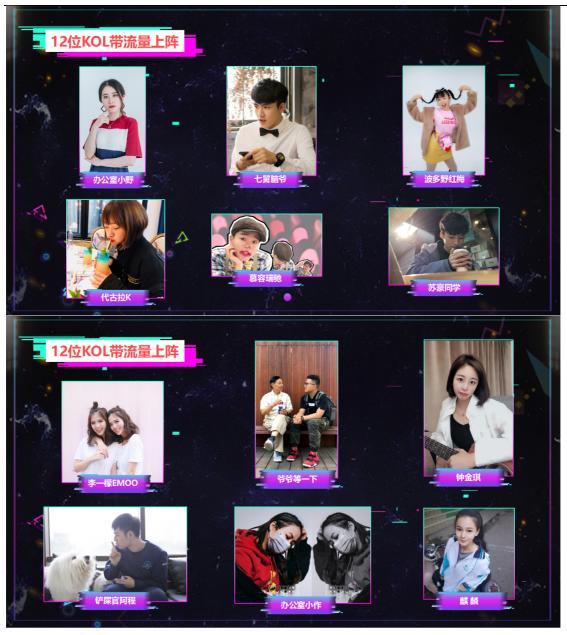
### (二)6月16日,原创魔性BGM入库

围绕成都的"安逸"属性,以成都城市特色为创作元素,创作一首魔性抖音曲; 所有 KOL 挑战内容均选用本次 BGM,作为该挑战的官方 BGM;

## (三)6月16日,12位KOL自带流量,参与"成都好安逸"抖音挑战赛

旗下 KOL 组成传播矩阵,由点至面,覆盖全网各垂类粉丝人群,吸引更多的人关注挑战,参与挑战;





# 营销效果与市场反馈

"成都好安逸" BGM 使用人数 4085 人

旗下 12 位 KOL 视频点赞总量 381W+

"成都好安逸"抖音挑战赛总计播放量 2.9 亿+