火山小视频

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销创新力互联网媒体/平台

简介及核心优势

“在火山，热爱生活”。火山小视频是字节跳动旗下一款主打 15 秒原创生活短视频社区的 APP，鼓励用户分享记录生活。

火山小视频以“短视频+直播+话题圈”的模式契合的全民喜好，并在全网独创火力系统，极大的锁定了用户粘性。针对行业达人推出 10 亿补贴政策打造“百万行家计划”，塑造了视频版职业百科全书的地位。

火山小视频与包括央视《我要上春晚》、芒果 TV《爸爸去哪儿了》、天猫双十一晚会在内的多个头部综艺、电视剧、电视晚会、PGC 内容大 IP 建立了合作，逐渐建立了火山小视频品牌形象。截至 2018 年 10 月，火山小视频日 VV 已超 60 亿。

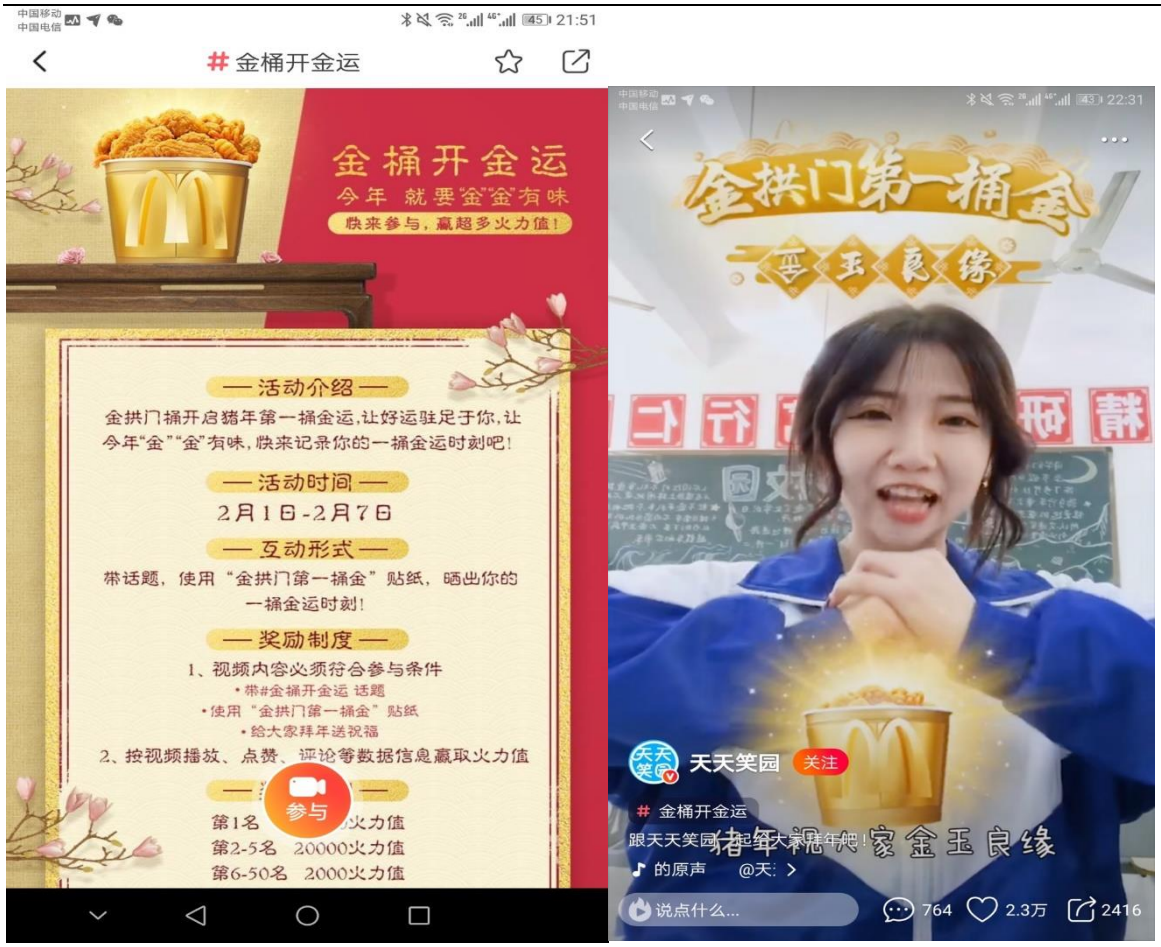
数字营销领域突出成绩

突出贡献：围绕新线市场（三四线及以下市场，他们是新的消费前线）梳理出清晰的营销路径。

新线市场的撬动者，针对品牌无法触达新线的市场，以高智流量精准触达驱动品牌撬动新线市场
原生环境的塑造者，针对品牌没有原生营销场景，以内容 IP 和兴趣圈层帮助品牌拓建原生环境
圈层人群的引领者，针对品牌缺少圈层人群引领，以社交圈层优质达人助力品牌影响目标人群

优异成绩：

麦当劳 CNY 金桶开金运项目。66 万贴纸使用量、16 万视频上传量、1 亿+视频播放量。打造火山平台有史以来最成功的品牌定制活动。


#金桶开金运
金桶开金运
今年 就要"金"金"有味
快来参与，赢超多火力值！
—活动介绍—
金拱门桶开启猪年第一桶金运，让好运驻足于你，让今年"金""金"有味，快来记录你的一桶金运时刻吧！
—活动时间—
2月16-2月76
—互动形式—
带话题，使用"金拱门第一桶金"贴纸，晒出你的一桶金运时刻！
—奖励制度—
1、视频内容必须符合参与条件
•带#金桶开金运 话题
•使用"金拱门第一桶金"贴纸
•给大家拜年送祝福
2、按视频播放、点赞、评论等数据信息赢取火力值
参与
第1名
第2-5名 20000火力值
第6-50名 2000火力值
金拱门第一桶金
天天笑园
关注
#金桶开金运
的原声
说点什么...
764
2.3万
2416

直播
视频
同城
发财中国年
10亿现金抢不停
活动
金桶开金运
今年 就要"金"金"有味
快来参与，赢超多火力值
工人就是这样吊在挢墎洞里面干活、说句真心
2.1万
广告
每周四晚八点
优酷独播
首页
关注
消息
我的

创新力表现：

1. 运营侧：找到针对新线市场拉新激活的用户运营模式。

- 火力值。用户通过创作有趣高质量的视频，以获得视频火力。火力值可按 10:1 体现。
- 百万行家。火山小视频搭建职业化人群聚集、分享平台，凸显自我价值实现，服务中国产业发展升级。

2. 市场侧：基于产品本身开发多样化营销产品。

- 大视窗。针对现有客户对火山大曝光产品和新样式的诉求，火山开发首刷 feeds 流第 3-4 位打通的宽屏形式，且支持在 feeds 流播放的广告产品，吸引用户眼球。
- 商品橱窗。在火山视频上的浮层弹窗，以极具冲击力的产品展示，帮助品牌实现带货。
- 转化组件。针对现有客户希望将落地页中转化元素前置到创意的方式缩短转化路径，提升转化效果。
- 贴纸转化组件，为贴纸提供跳转能力，提高道具的转化率来提升道具的售卖单价。

3. 内容 IP 项目：基于火山用户兴趣打造优质 IP 项目。

火山 IP 在为客户实现精准或大声量的数字营销的同时，也进一步拉动平台用户的活跃度。如：志行中国（旅游）、千城美食家计划（美食）、火山小剧场（短剧）、国潮计划（时尚）等多样化的 IP 项目为客户实现了立体的价值营销。

服务的主要客户

可口可乐、麦当劳、KFC、必胜客、宝洁、联合利华、海澜之家、韩后、一汽大众、宝马、吉利汽车、现代汽车、美赞臣、中国邮政、唯品会、Daniel Wellington 等等