

中移互联网×呼兰 “做生活的甲方” 系列直播

- ◆ **品牌名称**：中移互联网有限公司
- ◆ **所属行业**：互联网和相关服务
- ◆ **执行时间**：2020.10.23-10.30
- ◆ **参选类别**：直播营销类

《来，做生活的甲方！中移互联网x呼兰5周年直播金句精彩合集》 案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/d3225lqe7t9.html?sf=uri>

或扫码看视频



项目背景：2020年10月，正值中移互联网五周年契机，为加速推广5G互联网业务，宣传5G品牌，我们利用新技术、新科技、新玩法打造一场周年庆活动，配合带出中移互联网全产品加速营销任务。

目标1：品牌曝光

**强化5G优势
提升品牌曝光与产品
影响力**

目标2：5G推广

**激励内部员工
充分调动参与积极性
加快推广5G互联网业务**



1, 创意跨界脱口秀领域, 紧跟直播趋势打造【做生活的甲方】脱口秀直播事件

联合曾从事程序员职业的脱口秀艺人呼兰, 通过趣味演绎, 以娱乐化方式于直播中巧妙植入和彩云、和多号、和留言、超级sim等5G科技产品, 强化用户对产品优势的感知, 弥合通讯领域和日常大众的传播缝隙。以脱口秀直播的形式, 为用户打造了一场前所未有的直播体验。

2, 直击用户痛点, 用拳头产品为用户提供整套通讯解决方案

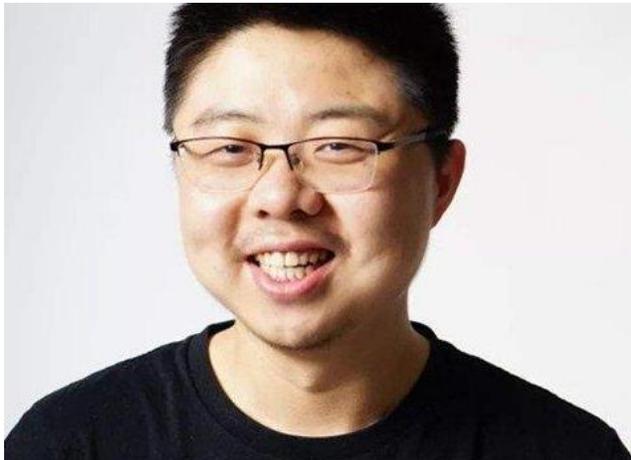
“焦虑”几乎是当代人精神状态代名词, 中移互联网洞察到现代人的焦虑情绪, 用呼兰的名言为大家带来能量打call! 而中移互联网带来缓解焦虑的拳头产品, 让每个人都能掌握主动, 做生活的甲方。

3, 社会化媒体联动发声, 创意互动强势引流

以大社交矩阵(微博, 微信, 抖音, 小红书, 一直播等) KOL 的外围配合, 以社交传播线+公关口碑线双线并行的传播方式, 引爆社交平台。

邀请名人，打造话题事件，扩大直播活动影响力

与中移互联网调性深度契合的脱口秀达人：呼兰



1、程序员身份

呼兰曾从事程序员职业，他的互联网背景与中移互联网的品牌调性相符合。



2、段子高级

哥伦比亚大学硕士毕业，高知分子
他的段子本身蕴含着大量的知识含量，段子十分高级，符合互联网产品技术含量调性。



3、脱口秀爆梗王

脱口秀演员中的佼佼者，金句频出，本人形象正能量，深受路人喜爱。

传播主题

来! 做生活的甲方



主题阐述：洞察到现代人的焦虑情绪，用呼兰的名言为大家带来能量打call！
而中移互联网带来缓解焦虑的拳头产品，让每个人都能掌握主动，做生活的甲方。

社会化媒体联动发声，创意互动强势引流

- ◆ **社交传播线**：在微博、微信、抖音等社交媒体上为直播预热，配合创意自制内容打造话题事件，引爆社交圈
- ◆ **公关口碑线**：B端口碑背书+C端声量热议双线并进，配合新闻门户广泛文章曝光提升中移互联网口碑



直播前预热

以呼兰空降中国移动直播间的噱头，利用网红合拍视频、预热海报等素材进行预热，引发关注。

传播渠道：微信，微博，抖音



5周年直播当天

投放及时性较强的媒体—微博，在直播当天微博大V大范围扩散话题，为直播聚集大量人气。

传播渠道：微信，中国移动app



直播后发散传播

直播后用全媒体矩阵，发散传播呼兰精彩集锦，从行业和大众不同层面发散直播事件，提升中移互联网品牌知名度。

传播渠道：微信，微博，抖音

直播预热阶段 (10.23-25)

阶段策略：联合微博、微信、抖音等KOL预热造势，以呼兰和焦虑主题作为传播核心，吸引网友关注直播。

悬疑造势，引发受众关注

以“焦虑”作为传播核心，在正式直播前，中移互联网联合呼兰发布ID预热视频，以“生活让人好焦虑，怎么才能做生活的甲方”主题海报为吸睛由头埋下悬念、聚拢网友注意力，率先掀起一波关注浪潮。



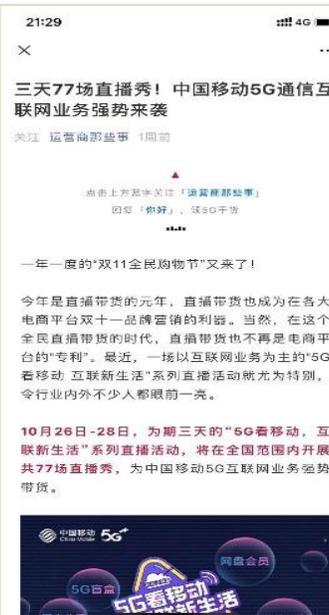
微信朋友圈宣传素材



抖音宣传素材

悬疑造势，引发受众关注

联合“二逼青年这样过”“贴吧君”“百科酱”“好物叔叔”“乐活记”“运营商那些事”“生活达人蒋小喵”等生活、娱乐、科技类KOL大范围扩散直播信息，撒网式覆盖双微一抖等社交平台，最大程度催生围观热度，为正式直播加码蓄力。预热阶段共获得了**1976W+**阅读量。



直播当天 (10.26)

阶段策略：投放及时性较强的媒体——微博，在直播当天微博大V大范围扩散话题，为直播聚集大量人气。

呼兰发布直播预告视频，微博大V二次发散造势



呼兰发布微博预告直播

网友的焦虑问题

网友的焦虑问题

网友期待直播



直播当天，呼兰发布视频ID微博为当晚直播预热，评论中讨论网友焦虑问题，并期待直播。

结合焦虑话题和呼兰金句预告海报及ID视频的传播，知名微博娱乐大号总阅读量达**2563万+**

中国移动自有媒体矩阵进行宣发



创意脱口秀开启直播

直播当晚通过中国移动app和网页链接可直接观看直播，直播中呼兰精彩脱口秀现场和网友热烈反响，直播卖货中也金句频出，产品介绍和小游戏环节，爆梗不断。



现场花絮照



直播发散阶段 (10.26-30)

阶段策略：直播结束后，用全媒体矩阵，发散传播呼兰直播中结合产品的精彩集锦，从行业和大众不同层面讨论发散直播事件，提升中移互联网品牌知名度。

精彩金句剪辑视频：每个产品的精彩段子剪辑视频



《来，做生活的甲方！中移互联网x呼兰5周年直播金句精彩合集》点击链接观看：<https://v.qq.com/x/page/d3225lqe7t9.html?sf=uri>

联合大V多维度解析创意事件 持续扩大传播声量



直播结束后，将呼兰的经典金句剪辑成易于传播的短视频，微博大V对其进行扩散传播，直播后中移互联网产品呼兰精彩段子传播，娱乐/科技/测评/生活类微博大号总曝光量达**1023万+**。随后从行业/科技/段子手/大众等不同层面讨论发散直播事件，最后由行业号【4A 广告提案网】进行复盘，精准覆盖千万目标人群，提升中移互联网品牌知名度。



公关发稿：聚焦呼兰和直播内容重点传播

在不同阶段分别针对大众娱乐人群和科技资讯人群进行传播，累计发布在**78个**新闻网站/app资讯自媒体，累计曝光量达到**1263万+**，提升直播活动的影响力。

预热期公关发稿

《2020年你崩溃了吗？脱口秀大咖呼兰在线输出快乐秘籍！》
《重磅！“5G看移动 互联新生活”中移互联网专场直播强势开播》

直播发散期公关发稿

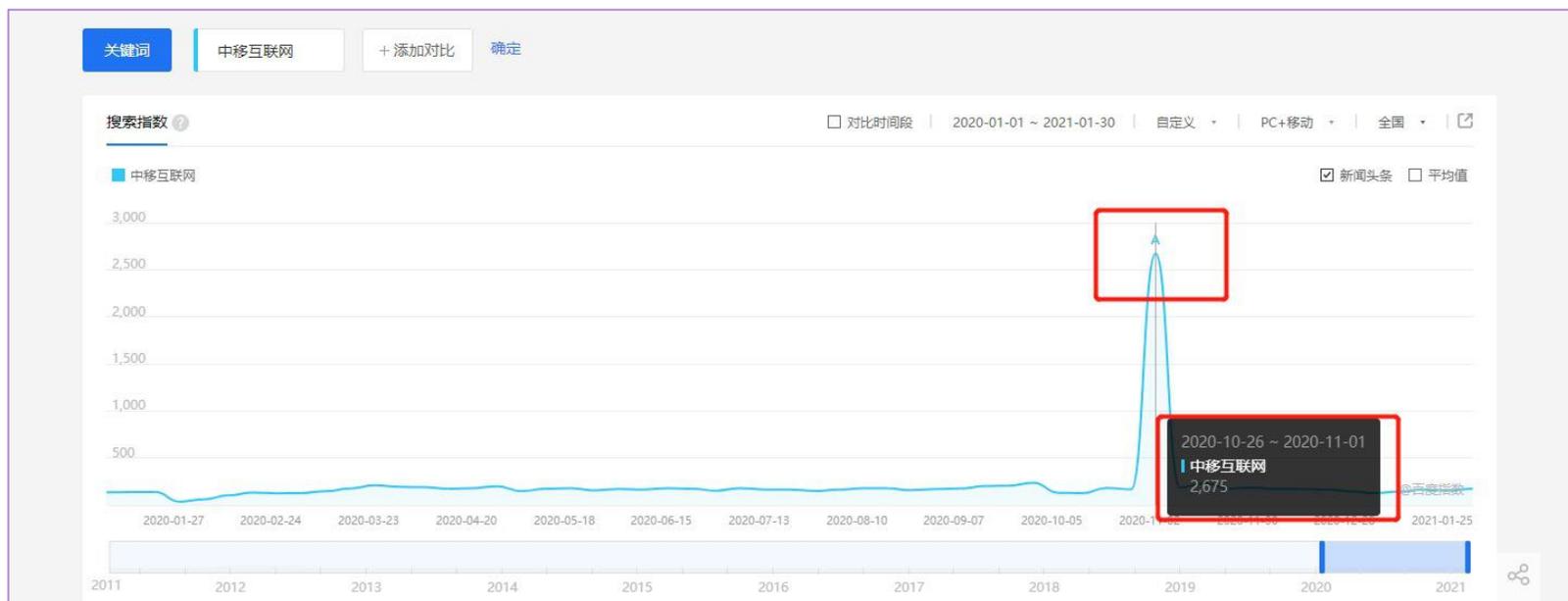
《呼兰脱口秀带货再爆金句：建议推荐给每一个人，除了自己的老板》
《三天77场直播秀！中国移动5G通信互联网业务强势来袭》

总结阶段公关发稿

《5G时代，手机就该这样玩！》



- 1、本次中移互联网X呼兰直播活动，各项素材及资源曝光累计**超6825万+**；
- 2、直播期间，关键词“中移互联网”百度搜索指数高达是全年平均指数的**6倍**；
- 3、传播素材和内容形式多样，利用立体的传播矩阵，全面覆盖娱乐大众人群，5周年直播活动做好了预热和宣传。



鉴于直播的优质内容和突出效果，该案例被中国移动集团多家省级公司借鉴，二次传播
获得用户和客户的反复好评