

## 天猫#与干玺一起理想生活#微博营销

广告主：天猫

所属行业：电商物流

执行时间：2018.04.11-05.02

参选类别：社会化营销类

### 营销背景

伴随互联网行业的高速发展，中国的电商企业迅速崛起。作为电商龙头的天猫于 2018 年 4 月 11 日正式宣布易烊千玺成为天猫品牌发展史上第一位代言人，顺势开启“天猫理想生活全明星计划”，希望以此强化作为消费主力军的年轻人群对天猫的青睐，保持行业领先地位。

### 营销目标

通过干玺代言天猫事件，实现品牌声量的引爆。

撬动粉丝群体，助力品牌好感度及口碑迅速提升。

### 策略与创意

案例视频：

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDAyMzUyODU5Mg==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1](http://v.youku.com/v_show/id_XNDAyMzUyODU5Mg==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1)

#### 策略

作为天猫品牌发展史上第一位代言人的易烊千玺，在微博上具有 4000 万+微博粉丝，是名副其实具有超高人气的顶级流量明星。微博组合利用趣味话题、热点资源、粉丝 UGC，合力助推天猫高效释放易烊千玺的明星影响力，打造代言大事件。

话题矩阵打造裂变声量；创新资源催化热点事件；粉丝联动引爆全网热议。

#### 创意亮点

天猫携手微博以年轻人喜爱的方式进行沟通，实现品牌声量的引爆，并助推品牌好感度及口碑的提升。

“明星热点包”覆盖易烊千玺相关的即时热点流量，品牌与事件充分曝光。

借势易烊千玺担任导师的热门综艺《这！就是街舞》热播、世界读书日等热点，明星、IP、粉丝组合玩转话题矩阵，品牌明星共同发声，直击粉丝声量裂变。

## 执行过程/媒体表现

### 悬念设置，代言人引爆全网关注

4月10日，@天猫 官微悬念发博，预告将有大事发生。



4月11日，@天猫以#与千玺一起理想生活#的话题发布视频博文，高调宣布00后的顶级偶像@TFBOYS-易烊千玺成为天猫首位代言人，并正式启动“天猫理想生活全明星计划”——发起理想生活倡议，号召网友与千玺一起，开启21天元气挑战。一时间，#千玺代言天猫#发酵成为全网热点事件，粉丝纷纷表白。

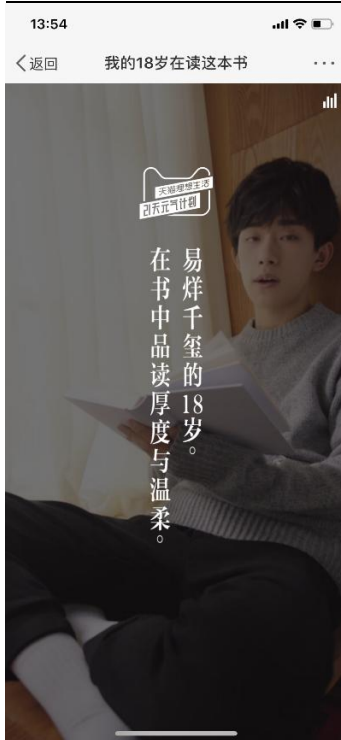




### 话题矩阵，UGC 打造裂变声量

4月12日起，在主话题#与千玺一起理想生活#全程伴随下，元气生活的相关话题在接着的21天中陆续发布。而后，以《这！就是街舞》为承载的话题——#360度的千玺#发布，成功点燃粉丝们的热情。在世界读书日之际，@TFBOYS-易烊千玺 和@天猫隔空互动，抛出话题#18岁读的书#，并借助互动H5邀请粉丝一起晨读。粉丝们第一时间响应并带动全网UGC，引发网友们积极参与话题互动；作家、高校、媒体等各路大V也争相参与话题讨论。此外，通过#三只猫代言天猫#、#千玺元气仰脸拍#、#很红很红#等实时趣味话题的不断发酵，持续带动活动声量。





### 创新资源，催化热点事件

天猫还将代言人与时下热点资源进行绑定，利用明星热点包巧妙借势，覆盖即时热点流量，拦截所有与易烊千玺相关的热搜词至天猫定制落地页，形成代言人与品牌之间的强关联，引发共振效应。同时，借力微博黄金资源，进一步实现用户路径全覆盖。





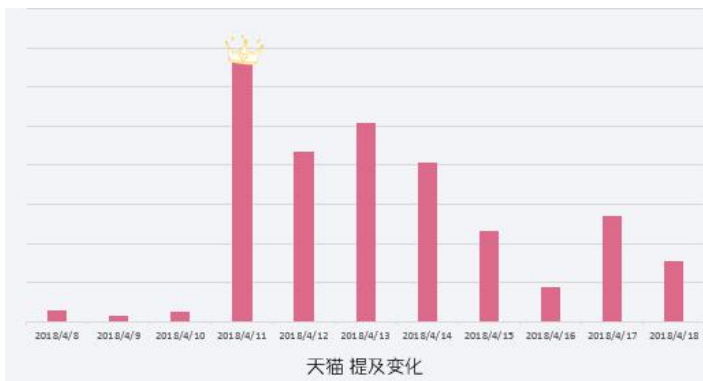


## 营销效果与市场反馈

为期 21 天的活动，最终为天猫共收获了 40 亿的话题阅读量，超 1 亿的话题讨论量和约 8000 万的 H5 互动量，相关话题频频登上热搜榜。

@天猫 核心博文（代言宣布博文）转发量突破千万，转发层级高达 100 层，覆盖人数超 4 亿。

品牌词“天猫”自 4 月 11 日官宣日起提及量持续保持高位。

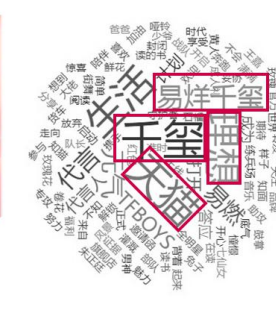


品牌与明星形成强关联，核心关键词深入人心，并带动网友对品牌的好感度及口碑直线上升。

提及易烱千玺时 同步提及天猫



提及天猫时 同步提及易烱千玺



(数据来源：微博数据中心)