

惊魂回忆录，胆小慎入！——万达乐园国际怪咖节 H5 创意项目

广告主：万达乐园

所属行业：旅游业

执行时间：2018.08.10-08.21

参选类别：互动类

营销背景

万达乐园作为欢乐游玩的首选，全新打造国际怪咖节火热登场，旨在让人尽享尖叫欢乐之旅！主题鬼屋、精彩演艺疯狂来袭，持续一个月的狂欢派对，盛况空前，与即将到来的万圣节相呼应，期待将趣味游玩方式的多样性传递给更多人。

营销目标

整个 H5 富有趣味性的情节设置，活动信息的完美融入，期待受众能够以更有趣的方式了解到万达乐园国际怪咖节的乐趣之所在，强化活动主题辨识度，从而吸引更多游客加入到万达乐园这场尖叫狂欢盛宴中。

策略与创意

人们都有潜在的猎奇心理，或多或少对刺激的、奇特的，富有冲击力的内容充满好奇心，万达乐园正是抓住这种心理，匹配国际怪咖节的活动内容推出本支 H5，让人沉浸式体验成长过程中“惊悚”时刻，以恐怖回忆录的趣味紧抓住受众的眼球，同时鼓励用户组团挑战刺激极限，从而达到传播效果的最大化。

执行过程/媒体表现

报奖视频链接：<https://v.qq.com/x/page/f0828ihcmoy.html>



H5 发布前的，一波预热海报渲染惊恐悬疑的气氛，以剧情的关键帧作为画面主题，极具视觉冲击力的画面引起对 H5 的浓烈兴趣。





H5 呈现从小到大的“惊悚”瞬间，将万达乐园国际怪咖节的信息融入其中，并将活动介绍在最后自然简洁的传递。

<https://h5.xingflash.com/wandahalloween/index.html>

营销效果与市场反馈

在留言中，互动和共鸣齐飞，成功引起众多已关注和未关注人群的关注。

10.12 日万达乐园微信公众号推送 H5，微信平台阅读量 51150 人次，H5 体验人数 21168 人次。