

支付宝全球周#中国锦鲤#社会化营销

广告主：支付宝

所属行业：服务类

执行时间：2018.09.25-10.07

参选类别：社会化营销类

营销背景

十一期间支付宝全球周活动把“码”铺向了全球，让更多用户体验到支付宝全球化以及境外支付的便捷性，并发放福利在境外扫码付款随机抽“锦鲤”免单，境内微博抽取“中国锦鲤”赠送全球商户大礼包。



营销目标

如何让更多用户参与互动到支付宝全球周#中国锦鲤#的活动？

怎样合理分配 KOL 资源，形成传播效果最大化？

策略与创意

生态化传播模式——依托生态，成就生态池，依托千万级全球生态合作伙伴的支持，以新浪微博平台抽奖机制作为撬动点，借助自媒体渠道 KOL 参与带来的巨大传播流量，最终引爆网络，打造现象级品牌营销事件。

执行过程/媒体表现

媒介策略与执行：

1. 基于受众属性筛选 KOL，累计 60 位双微领域 KOL 发声

微博段子手回忆专用小马甲、小野妹子学吐槽、微博搞笑排行榜、追风少年刘全有等发布带有“中国锦鲤”、“礼单”娱乐内容讨论。新闻评论类账号中国新闻周刊、Vista 看天下，海外类账号日本零君、韩游网等抓住此次活动的利益点，重点打造一次社会事件支付宝把“码”扑向全球。



微博搞笑排行榜

9月29日 20:00 来自 微博weibo.com

被评论惊呆了！如果你成为中国锦鲤，你想和谁一起去

@支付宝

【祝你成为中国锦鲤！】十一出境游的盆友，请留意支付宝付款页面，可能一不小心就会被免单。这是我们感谢大家把支付宝带向全球的一点小心意。没出去浪的朋友更要注意了！！转发本条微博，我会在10月7日抽出1位集全球独宠于一身的中国锦鲤，怎么宠你？请看评论区!!!



9月29日 14:00 来自 iPhone 7 Plus

2611393 | 846487 | 359436

收藏

5931

8579

9488



追风少年刘全有 V 👑

+关注

10月1日 17:00 来自 微博weibo.com

看到大家在全球刷免单，我也去刷了一笔.....@支付宝 看我长得像锦鲤不？



☆ 收藏

📄 373

💬 622

👍 1383



Vista看天下 V 👑

+关注

10月2日 19:21 来自 HUAWEI Mate 10

【中国锦鲤被热议 游客把支付宝带到全球】适逢十一黄金周，“中国锦鲤”火了一把海外的旅游局和商户。中国的出境游客也纷纷晒出支付宝免单截图，刷屏了社交网络。网友：旅个游把中国科技带到全球，一不小心成移动支付大使。



☆ 收藏

📄 34

💬 58

👍 236

2.筛选的 KOL 在垂直领域都具有很强的内容创造力

小野妹子学吐槽经常在微博开一些话题给网友讨论，10 月 7 日公布中国锦鲤中奖名单后不久抛出“讲讲自己的锦鲤附体经历”并迅速获得网友的回，登上热搜阅读量接近 1 亿，有效撬动此次营销的二次传播。

小野妹子学吐槽 V 金鼠标
2018-10-7 14:38 来自 iPhone X
给大家讲一下你曾经非常幸运、**锦鲤**附体的经历吧，让我们沾沾喜气。

☆ 收藏 | 12559 | 58918 | 44289

小野妹子学吐槽 V 金鼠标
2018-10-7 22:14 来自 iPhone X
今天我让大家说说自己**锦鲤**附体的经历，发现真的有很多人超级幸运宝宝，令人忍不住猛吸欧气...当然，多数幸运其实是不懈努力才得来的，而且平凡简单，可能才是最好的幸运[小仙女]

☆ 收藏 | 1567 | 1981 | 6717

传播内容策略与执行：

传播内容上重点围绕 3 个关键词进行创作和舆论引导。

3.关键词 3——简单直接

活动微博发布一小时内，奖品清单海报已经出现在评论区，在活动开始初期就已经直接撬动用户参与的热情。

营销效果与市场反馈

1.支付宝全球周以“中国锦鲤”大出风头，把码铺向了全球，传播转评赞互动量 420 万+，阅读量 2.58 亿，覆盖人次达到 13.77 亿。

2.中国锦鲤活动，百度指数和微指数在支付宝在活动发起当天（9 月 29 日）迎来热度高峰，并在此后一周保持着不俗表现。



3.广告门、数英网、Socialbeta 等广告行业媒体相继在自媒体平台 and 网站首页分析案例，超过 100 家媒体平台报道“支付宝锦鲤”营销事件。