

腾讯《QQ炫舞手游》3大IP联合营销

广告主：腾讯

所属行业：游戏

执行时间：2017.12-2018.04

参选类别：社会化营销类

营销背景

2018年3月,《QQ炫舞手游》全新上线,基于QQ炫舞这一经典IP,同时与热门综艺《热血街舞团》进行合作,并邀请陈伟霆作为游戏代言人。在三大IP之下,一方面要盘活老玩家,拉取新玩家,一方面围绕陈伟霆粉丝及泛大众群体进行泛娱乐传播。

营销目标

激活三大IP的影响力,为游戏引流。

策略与创意

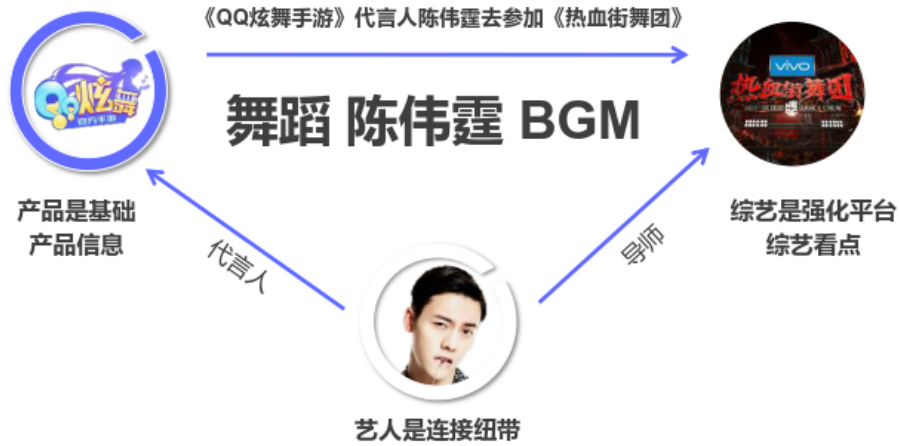
QQ炫舞是一款时尚音舞手游,陈伟霆是一位唱跳俱佳的全能艺人,《热血街舞团》是一档街舞文化类节目,“BGM”是三大IP的共性,基于此提炼出“在我的BGM里,我就是主角”传播主题。



针对陈伟霆 IP: 聚焦陈伟霆粉丝, 打造全球最大女皇舞团活动站

针对《热血街舞团》IP: 模仿节目热门舞蹈, 借势导流

针对《QQ炫舞》IP: 跨界合作解读玩法, 引发老玩家共鸣



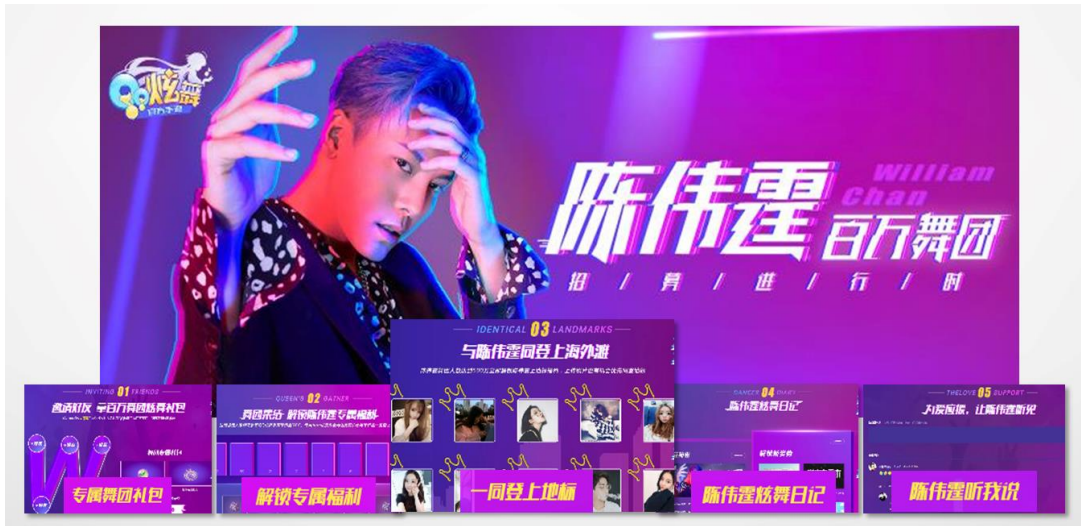
执行过程/媒体表现

STEP 1: 围绕陈伟霆 IP 粉丝营销



1、策划代言人活动站，撬动艺人粉丝直接拉动游戏预约量

围绕代言人陈伟霆与炫舞 IP 本身，打造“陈伟霆百万女皇舞团”活动，粉丝通过预约下载游戏成功加入陈伟霆的女皇舞团，一方面满足粉丝为爱豆应援心理，一方面联动游戏，实现了传播侧为游戏导量的目的。



2、制作微博解谜漫画，有效加强粉丝情感认同

同时围绕百万舞团，制作陈伟霆剧情长漫画，丰富舞团故事，提升粉丝对百万舞团认同。

发布时利用微博跳转玩法，不同选项跳转不同剧情。娱乐大号率先发起，陈伟霆粉头微博接力，与粉丝形成解谜互动。



STEP 2: 《热血街舞团》IP 借势营销

游戏+综艺



艺人与节目热点预埋



1、解读节目背后的故事，提升粉丝的关注度

联合#陈伟霆炫舞季#这一话题，优质街舞 KOL 对《热血街舞团》背后的江湖进行解读，引发粉丝热烈讨论，维持市场声量。



2、节目经典段落搞怪演绎，带动外围传播

综艺模仿达人派翠克趣味演绎《热血街舞团》经典段落，并被《热舞》导师陈伟霆主动翻牌，加强粉丝认同感，同时引发外围的广泛关注。



STEP 3: 《QQ炫舞》IP 激活，传播《QQ炫舞手游》卖点、玩法

1、跨界合作传播游戏卖点

与“天天P图”合作，借势春节节点，发布趣味换脸测试 H5，展示炫舞服饰卖点。

同时合作《恋与制作人》CV 夏磊，制作 3D 立体声视频，展现游戏舞蹈特色，撬动竞品用户关注。



2、创意素材传播游戏卖点

深挖 QQ 炫舞手游捏脸、节奏、休闲玩法，分别以借势流量明星创意捏脸视频，彩绘手指舞视频、“炫舞戏精的诞生”小剧场微博活动等传播游戏的特色玩法。



营销效果与市场反馈



- 1、陈伟霆百万舞团主题站，页面访问量超 132 万
- 2、直接撬动 15 万陈伟霆粉丝预约转化成游戏玩家
- 3、微信文章总阅读量超过 127 万，平均阅读量超 10 万
- 4、与天天 P 图跨界合作《我的 2018 年新衣》H5，总 PV：118 万，UV：96 万

备注：总广告化价值、总曝光量、ROI 均按腾讯互娱社会化传播标准算法计算，获得腾讯互娱认可。