

## 圆月之下·封存一份你的真心话

广告主：新浪网

所属行业：媒体

执行时间：2019.09.13-09.17

参选类别：移动营销类-互动类

### 营销背景

- 1、中秋节点怎样做出不一样的温情品牌宣传，主打家、人、情感三大主题，并能实现差异化传播。
- 2、普通 H5 玩法的新创新，不再用看的，更多用“听”的实现更多差异打法。
- 3、中秋内容点，不是口号，不是宣言，能更打动，更贴近，更普通人一些，因此，我们用讲故事和听故事来讲述。
- 4、实现个人的定制化，可以加入，可以录制，可以留存的新方式。

在这个中秋，打出属于你自己的心灵“净土”，这里由新浪制造，这一理念和品牌态度。

### 营销目标

中秋节点怎样做出不一样的温情品牌宣传，主打家、人、情感三大主题，并能实现差异化传播，H5 玩法的新创新，不再用看的，更多用“听”的实现更多差异打法，中秋内容点，不是口号，能更打动，更贴近，更普通人一些，因此，我们用讲故事和听故事来讲述。

### 策略与创意

在这个中秋，一个特别的线上礼物，一个可以倾诉的树洞；

以语音故事融入 H5 制作，用音频讲述；

编制多个来自不同人、不同地域的语音录入的他们自己的故事；

这里有成长、有情愫、有苦闷也有感动；

讲述生活点点滴滴，成为这个中秋最温情的打动力；

同时，增加的趣味城市声音（打造猫、信号波）等一同组成城市狂“响”曲。

- 1、中秋人群面相更加年轻的人群，随着通讯和交通技术的发展，传统的赏月、中秋寄语、遥寄相思等家人、亲人的思念主题，已经无法打动新时代人群的意识需求，他们需要的是，更自我，更放松和更隐秘的倾诉。

2、我们抓住这一需求点，将今年的中秋化为一个拟人化的人物“树洞先生”，他在中秋月圆之夜出现，这是一个电子地址，但同时也是一个属于你自己的秘密地方，在这里倾诉相思，并保存下来，等待多年以后的你，再来发现。

3、语音式的方式，也让更多人觉得输入更轻松，同时听别人的悄悄话，也别有“趣味”，形成更多互动与更多参与。

## 执行过程/媒体表现

1、语音式输入方式，音频播放式输出方式，让倾听代替“观看”，让真的“说出”成为参与。

2、以这样一个倾诉的地方，也要偷偷告诉你的朋友，这样的方式，吸引更多人进行地址的扩散和传播。

3、录制各个年龄层、各个地域、各种人的故事，语音丰富，同时还有趣味性的动物声音等。





演示视频：

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDQxNTgyMDY4OA==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0](https://v.youku.com/v_show/id_XNDQxNTgyMDY4OA==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0)

## 营销效果与市场反馈

H5 转发收获至扩散群 200+；核心覆盖人群超过 30 万+；转发海报超过 80000 次+；在中秋期间，成为社交群、亲友群中转发频次较高的传播素材之一。