

## 阿里×贪玩游戏 情怀营销下的品效双赢

广告主：贪玩游戏

所属行业：游戏行业

执行时间：2019.03

参选类别：移动营销类-展示类

### 营销背景

- 1、贪玩游戏是国内互联网游戏知名品牌，贪玩蓝月在传奇类游戏中量级较大；
- 2、行业处于增长放缓、头部游戏广告主产品同质化严重、优质流量采量困难；
- 3、急需在稳定的投放中进一步突破，进一步扩大与竞品间的领先优势，注重效果，同时提高品牌影响力。

市场现状：游戏大厂纷纷推出传奇产品，产品质量难分伯仲，投放素材同质化严重，优质流量采量困难。

- ◆ 角色扮演类产品中传奇产品受众接受度更高，玩家氪金力强劲，成市场宠儿。
- ◆ 其他品类游戏竞争：玄幻、三国西游、二次元表现亮眼；角色扮演、MOBA类游戏占收入大头，给传奇游戏带来压力
- ◆ 投放竞争现状：传奇类产品虽是重度氪金产品，但竞争激烈，营销成本升高，想获取优质流量保证投产会更加困难。

传奇	三国	仙侠	魔幻	西游	二次元
1.中年男性人群为主（忠诚度高） 2.端游IP深入人心 3.玩家付费能力相对较强	1.青年、中年人群为主（忠诚度高） 2.多人国战玩法独特新颖 3.游戏背景接受度相对较高	1.青年、中年人群为主 2.影视、小说同类题材IP热度高 3.玩家接受程度相对较高	1.青年、中年人群为主（忠诚度高） 2.传统IP回合制唤醒端游回忆 3.玩家接受程度相对较高	1.青年、中年人群为主（忠诚度高） 2.传统IP回合制唤醒端游回忆 3.玩家接受程度相对较高	1.青年年轻人群为主 2.有独特的人群标签 3.产品热度高付费能力较好

### 营销目标

- 1、在保障前端注册成本的前提下，提升转化。
- 2、提高贪玩品牌形象，曝光量提高 1.5 倍以上，增强贪玩游戏的明星品牌烙印，增强贪玩游戏用户的明星情怀认知。

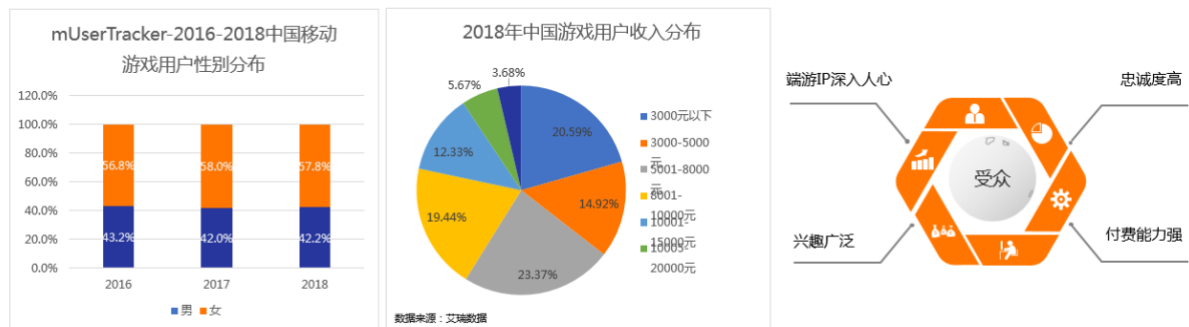
### 策略与创意

#### 一、营销洞察

目标人群——**传奇高付费意向的中青年男性用户**是主要目标用户。**生活作息规律、中高收入的年轻白领**是传奇游戏的主力军，而且这类用户同时具有传奇游戏情怀和特定年代明星情怀。

### 25~40岁男性用户是投放重点对象

上班族、生活作息相对固定人群，收入集中在5000-10000元的年轻白领群体成为传奇游戏主力军  
传奇游戏IP深入中年男性用户追捧，并且忠诚度和付费能力都极强



### 产品卖点：

- 1、 凭借旗下质量高、数量多、IP 强的优势，具备一定的自身获客能力；
- 2、 注重产品角色及技能的打磨，装备体验及优惠活动的产品及运营能力深受用户喜爱；
- 3、 明星代言人自带强烈情怀氛围及明星效应，能够培养用户传奇情怀。

### 二、营销策略

**1、利用明星效应提升贪玩品牌影响力；对投放人群、用户肖像、产品卖点深入分析，结合媒体功能定向、创意及落地页三维一体智能投放，精准分类目标人群，选取最佳投放素材、最佳投放时段，提升客户转化量。**



人群定向策略：以用户对传奇的认知程度做分层；

创意策略：主打明星创意，同时搭配复古型、装备展示型、解说型、美女引导型等多角度切入；

落地页策略：明星助力，经典传奇玩法和创意素材高度统一，营造传奇游戏情怀到明星情怀的共鸣；

时段周期策略：全天各个时段、每周每月周期规划。

媒体功能策略：行业 DMP 圈定人群，配合 ocpc 分阶段出价策略高效获量。

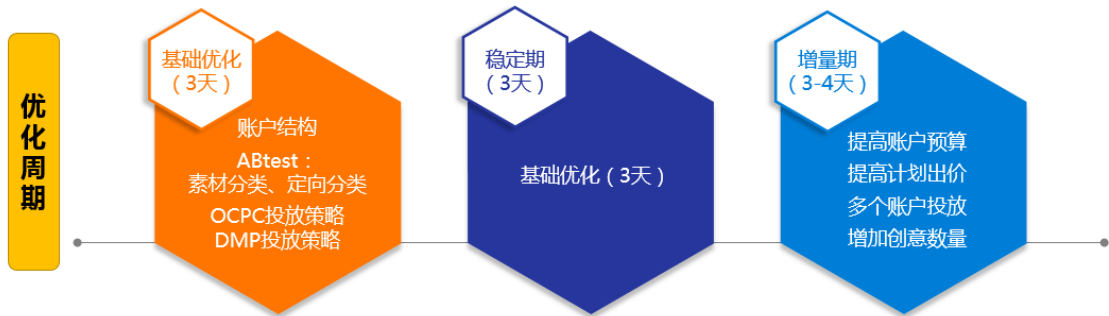
2、采用图片、视频分账户测试策略，结合正常人群定向+DMP 人群定向让账户结构更加稳固。针

对不同阶段设置对应的优化周期，测试视频类及关键词等指标，择优投放。

采用图片、视频分账户测试策略，结合正常人群定向+DMP人群定向让账户结构更加稳固

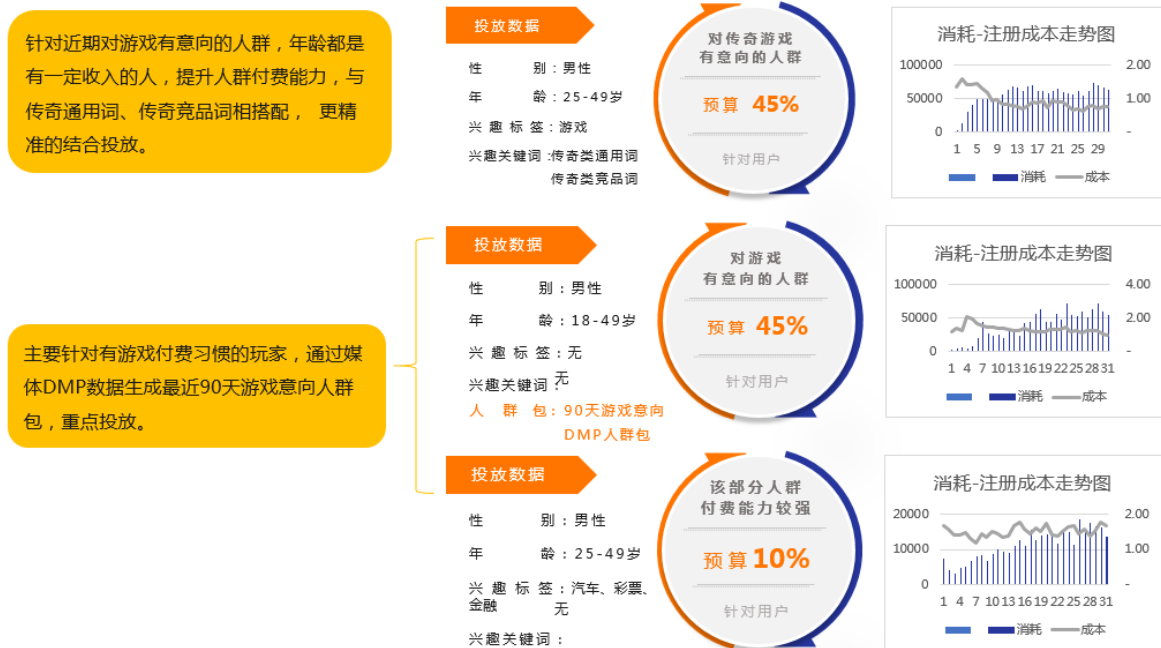


分组测视频类型：复古传奇-名人代言，分组测广告形式：DMP人群包-兴趣关键词-兴趣分类。



## 执行过程/媒体表现

1、人群分层定向，集中大部分预算进行核心人群、意向人群的主要投放，通过关键词、dmp 圈定，捕捉精准传奇用户。少量投放收入较高的人群，捕获潜在用户群体。



2、创意维度，素材文案四大类出发，结合用户心理需求氛围年代情怀类、明星从众类、游戏画质体验类、装备回收玩法类。

从画质和玩法入手，传奇主流素材可分以下四种

十年前，80后睡在网吧玩的游戏，如今终于出手游了



年底追溯-情怀 02

这传奇游戏爆率超高，小怪踢猪也能爆神装，5M单机版



游戏场景-画质 04

01 明星代言-从众

陈小春打出宝刀屠龙+13，震慑全服！2M微端，1秒下载！



他们天天追着我砍，就想爆我的装备

别再玩假传奇，1人1服务器，装备全靠自己刷，卸载算我输



03 装备回收-玩法

3、精细化对比测试，数据结论证明明星素材、免费玩法的方向更受用户欢迎，同时通过明星和传奇游戏的强关联创意，培养用户的传奇情怀和明星情怀的共鸣。

素材AB测：相同的文案，不同的素材做测试，明星素材更受欢迎

昨天爆出麻痹戒指+11，震慑全服  
上架3秒就被土豪高价回收！



曝光量提升4.9倍 点击量提升9倍 安卓端注册成本降低1/3

昨天爆出麻痹戒指+11，震慑全服，上  
架3秒就被土豪高价回收！



这款传奇，我玩了3分钟就99级了  
谁说玩传奇就要充钱，我就没充过，装备全靠打



这家公司老板疯了，竟然重金请了3位明星代言！



上来就爆麻痹戒指  
这个传奇卸载算我输！一切装备全靠打 免费送VIP13!

曝光量提升4.86倍 点击量提升5.3倍 安卓端注册成本降低1/3

这家公司老板疯了！请3位明星代言却不让玩家充钱开  
发游戏仅为大众娱乐！



上来就爆麻痹戒指  
这个传奇卸载算我输！一切装备全靠打 免费送VIP13!





4、落地页维度，明星素材制作的画面感融合度越高，落地页转化效率越高，明星的带入感强，更容易引起用户的传奇情怀和明星情怀的共鸣。配合时段把控，更有效提升效果。

### 相比普通平面装备素材，名人IP类落地页更具有品牌认可度

同时，明星素材制作的画面感融合度越高，落地页转化效率越高  
明星的带入感强，更容易引起用户的传奇情怀和明星情怀的共鸣

#### 现用落地页-1

明星服饰  
画面动作  
更贴近传奇游戏  
情怀共鸣效应更强



#### 现用落地页-2

明星和画面有拼接感  
服饰代入感较弱

## 营销效果与市场反馈

最终成功将 ROI 占比由 8%提升至 16%，日曝光量由 1500 万增加至 4000 万，完成了 167%的曝光增量。同时通过大量的精细化明星情怀和传奇游戏细节的配合，极大程度培养了用户从传奇游戏情怀到明星情怀的共鸣，完成了品牌与效果的双重增长。