

# 联通沃派B站开学季整合营销

- **品牌名称:** 中国联通联通沃派
- **所属行业:** 通信行业
- **执行时间:** 2024.08-09
- **参选类别:** 数字媒体整合类

- 开学季期间，各大高校迎来新生入学潮，针对大一新生在大学办手机卡的需求，联通沃派聚焦青少年聚集平台B站，通过官方合作背书联通沃派校园套餐优势提升认知及信任，并开展线下活动带动校园卡办理转化。旨在提升联通沃派校园套餐的知名度和吸引力，同时加深品牌在年轻用户心智。

- 传播目标:** 在开学期间覆盖年轻用户，通过传播凸显联通沃派助力青少年成长、实现梦想的品牌价值，进一步提升品牌在青少年群体中的知晓度和认同感。
- 项目概述:** 在开学季期间，联通沃派深入B站年轻化内容生态，进行线上线下整合营销活动。线上发起“UP新学期”专题活动，合作百大UP主定制新生开学攻略，强效种草联通沃派校园套餐，激励新生们在新学期勇敢追梦。同时，通过用户话题征集吸引用户分享校园生活，营造充满活力的开学氛围。线下联动B站大会员打造“念念不忘，必有回响”互动活动，在新学期许愿活动的礼包中，植入联通沃派校园卡，以年轻人喜爱的互动形式助力2024届大一新生开启大学生新篇章。



- 该项目通过整合营销实践策略进行全域覆盖，以线上线下活动相互配合，形成闭环，从而提升品牌知名度和影响力。在本次营销活动中，联通沃派合作B站UP主定制开学攻略视频以及线上线下联动许愿墙情感共鸣等创新玩法被认为是最具创新性和有效性的。这些创意结合开学季节节点热门内容，与此同时均围绕“有梦有方向”的品牌理念展开，不仅可以通过优质的校园套餐帮助新生更好地适应和享受大学生活，还通过UP主视频和线下许愿活动等与青少年携手并进，共赴每一段追梦之旅。活动采用线上线下联动形式开展，在提升品牌的知名度和影响力的同时，增强用户与品牌之间的情感联系与互动，促进品牌的长期发展。

- 活动期间，聚焦青少年关注的热门内容，通过用户话题征集、许愿墙互动等方式，吸引用户参与和分享。增强用户的参与感，提升对联通沃派品牌好感度。同时，联通联动全国校园营业厅开展线下活动，充分发挥资源优势通过自有渠道深入校园场景强化活动曝光，激活全国域内校园声量。
- UP! 新学期 专题页链接：  
[https://www.bilibili.com/blackboard/era/Ugwmh2P7nThTSOMi.html?native.theme=1&night=0&share\\_source=weixin\\_monment&share\\_medium=iphone&bbid=3C95047C-5EAD-E2D0-4823-CD3DB210BF7192955infoc&ts=1724990417959](https://www.bilibili.com/blackboard/era/Ugwmh2P7nThTSOMi.html?native.theme=1&night=0&share_source=weixin_monment&share_medium=iphone&bbid=3C95047C-5EAD-E2D0-4823-CD3DB210BF7192955infoc&ts=1724990417959)
- 联通校园活动 专题页链接：<https://b23.tv/sCIOL5M>

- 联通沃派在B站开展的开学季营销活动取得了显著的影响力，品牌线上曝光达到4.3亿+，话题总浏览量4.2亿+。通过线上线下的整合营销、用户参与度的提高以及口碑传播效应的显著，中国联通不仅提升了品牌的知名度和影响力，还实现了业务的显著增长。
- 校园线下市场覆盖：华南/华北/华中/华东20+分省3000+所高校校园，2233IP预估曝光量级5000万+人次，覆盖线下摊位、校园营业厅、操场等联通自有线下资源。

