AIGC创意定制「剧情系列化」

- **报送公司：**优酷
- **开发时间：**2024.06
- **所属类型：**工具
- **参选类别：**年度最佳数字营销工具

- **行业环境：** （1）用户注意力碎片化的时代，对比单一广告形式，多资源组合曝光更能 拓宽用户覆盖面，提升观众的品牌记忆度。
- （2）AIGC的贯穿融合，为品牌露出提供了更巧妙的助力方式.
- **策略前提：** （1）对Aigc现有能力的操控力，对视觉素材的把控力，打造用户极致审美体验；
- （2）通过视觉绑定关联，使得品牌特性与剧情内容进行巧妙融合，一键击穿用户追剧心智。
- （3）系列化的剧情式广告素材，自然灵动的衍生不仅最大限度保证了观众的追剧体验感，更让品牌元素随着情感的变化而深入人心
- **目标：** （1）利用Aigc已有的能力，贯穿广告素材制作、投放全链路，实现大剧营销all in Aigc。
- （2）AIGC创意和剧情&产品结合更紧密，从而有效提升观众对品牌的认知度和喜爱度。

- 广告创新的关键在于对时下技术的巧妙应用，在于对大剧内容热点的把控（优质内容才会滋养好营销的土壤），在于对用户观剧体验的尊重，在于对品牌特性的深入洞察；以上多方面的共振，才能持续不断孵化好的广告作品。

- （1）数据结果：对比单一广告资源投放，系列化样式+组合资源投放形式，从人群渗透、曝光覆盖、完播效果等均更好。
- （2）调研结果：AIGC广告与剧情、产品强相关，带来更高喜爱度。相较于常规广告，AIGC广告喜爱度更高。产品&剧情相关，更加好感。

- 优酷行业首发「AIGC创意定制」系列产品，携手999皮炎平共创「剧情系列化」内生广告，围绕**“AIGC+剧情元素+产品特性+异形包框”**四大元素进行视觉延展，将品牌与剧集强绑定，分别以古琴、棋子、玉佩为设计意象打造「共奏」「棋局」「再相逢」三章品牌情节表达，以“墨雨古溪色”为背景延展，关键剧情点AI定制包装沉浸式追剧，持续带动品牌入戏！主要亮点如下：
- （1）分集剧情元素+产品特性+异形包框+转场特效，AIGC定制玩转内生广告。
- （2）系列化演绎深度绑定剧情，观众追剧体验拉满。
- （3）品牌元素强势凸显，创新演绎吸睛十足。

「共奏」

「棋局」

「再相逢」

AIGC创意定制投放实例：
https://v.youku.com/video?vid=XNjQyMjU3NDQ5Mg%3D%3D

AIGC剧情系列化1-共奏：
https://v.youku.com/video?vid=XNjQ2NjQyMDE4NA%3D%3D

AIGC剧情系列化2-棋局：
https://v.youku.com/video?vid=XNjQ2NjUwNzA3Ng%3D%3D

AIGC剧情系列化3-再相逢：
https://v.youku.com/v_show/id_XNjQ2NjUwNzA4NA==.html