

2020年11.11 京东脱口秀大会项目复盘



传播布展图

配合双11大促开启的重要时间节点，与热门综艺IP、知名脱口秀演员深度合作，配合业务共创内容策划及整合传播方案，打造具有破圈效应的营销亮点事件，扩大品牌双11大促传播声量。

时间阶段	预热期				★ 正片爆发期				发酵期			
时间节奏	10.19 (周一上午)				10.19 (周一下午)				10.20 (周二)	10.21 (周三)		
	10:00	10:30	11:00	11:30	12:00	14:30	16:30	20:00	22:00			
Social 传播	京东自媒体矩阵 官宣首发 物料：群像海报、明星ID混剪、精彩混剪预告片 平台：微信+微博+抖音+视频号+快手+头条				京东自媒体矩阵 爆发造势、密集发布 物料：卡段视频 平台：微博+抖音+视频号+快手+头条+B站						社交媒体账号 持续发酵 物料：达人视频原创 平台：抖音	
	笑果自媒体矩阵 跟进京东互动 物料：群像海报 平台：微博+微信		7位艺人自媒体 艺人站台发布 物料：个人ID 平台：微博		社交媒体账号 爆点出圈+微博热搜话题冲榜 物料：卡段视频 平台：微博+抖音+微信视频号+QQ/微信社群							
	社交媒体账号 首轮传播扩散 物料：群像海报+个人海报 平台：微博+QQ/微信社群								京东自媒体-微信 整体活动收尾			
			社交媒体账号 第二轮传播扩散 物料：明星ID混剪+个人ID视频 平台：微博+视频号+QQ/微信社群						社交媒体账号 营销微信号总结拔高			
网络投放					网络投放—头部媒体大曝光、引流资源 (含开屏+信息流+首页推荐等)							
					腾讯视频资源包 (首焦banner+首页推荐位+综艺频道推荐位+搜索关联等)							
公关发声	媒体稿件预热发布 网络媒体，头条号，媒体朋友圈				1、门户网站同步发布完整版视频 2、媒体朋友圈、微博、头条等发布 (卡段视频) 3、网络媒体、头条号等发布新闻稿件						1、挖掘正片中双11玩法进行解读 2、对标友商，突出京东双11整体优势	
站内资源	1、京东总部内宣资源：电梯厅+办公室海报+ C座LED大屏+全员邮件+京M通知栏+京东之家 2、京东APP站内资源上线：含首页资源位+直播频道资源等											

Social传播详情展示

围绕项目娱乐属性及核心物料形式，以微博、抖音、微信（公众号+视频号+社群）为Social传播主要发声阵地，协调京东自媒体矩阵、笑果及艺人微博资源，匹配娱乐/搞笑类账号在外围打造集中爆发型传播声势。

京东自媒体全矩阵传播，共收获总阅读量**1.1亿+**，播放量近**2700万**，互动量**40万+**。

外围social传播，#脱口秀大会三季半#等多个微博话题总阅读量达**6.3亿+**，视频播放量**超1.2亿**，总互动量**超100万**；其中自然发酵阅读量**超4亿**，收获大众高度热议和良好的口碑反馈。



全员邮件长图



艺人阵容官宣海报



艺人ID



精彩预告片



李雪琴专项物料

网络投放详情展示

以综艺《脱口秀大会》所属的腾讯视频平台，作为此次网络投放的主阵地，抖音侧同步传播卡段短视频信息流，微博采买热搜、粉丝通等资源增加话题声量，为视频预热造势。

线上网络媒体硬广&运营资源整体曝光量**超2亿**，其中腾讯视频硬广资源点击率**5.07%**，完整版视频播放量**超460万**。

微博



腾讯视频



抖音信息流



感谢您的时间

THANKS

