

看腾讯六一如何用

小表情

取得

大「笑」果



目标&背景

疫情放开后的第一个六一，也是经济复苏期的第一个六一，定然是各大品牌必争的营销风口。

作为互联网社交平台，腾讯需要在有限的预算和时间下**紧跟六一营销节点，强化品牌社交属性，维护粉丝活跃度。**

互联网经济愈发繁荣的当下，节日营销已成常态。数据显示74.9%的青年人爱上了过儿童节，六一也逐渐从孩子们的节日升级成大孩子们的节日。想在竞争激烈的六一传播战中脱颖而出，**需瞄准的不仅是孩子，更是成年人。**



洞察&策略

洞察发现，三年疫情带来的市场萧条不仅抑制了经济发展，更压抑了人们的情绪。越来越卷的升学、更加激烈的就业竞争、愈发难做的生意.....社会的压力，同样聚焦在每一个普通人身上。

情绪这根弦，波动着我们的方方面面。**六一热度不断攀升的背后，是人们对小时候那种无忧无虑的向往，更是人们对“开心”这一情绪价值的追求。**



创意&执行

因此，我们以**“情绪”为核心创意点**，以**“微信表情”为情绪载体**，深入挖掘“情绪”背后的故事，创作了一条生动有趣的动画创意视频。在疫情后第一个六一上演别出心裁的**“变脸”喜剧**，给大孩子们创造了一场表情解放和情绪释放，并收获了意想不到的**“笑”果**。



创意&执行

创意点01: 跳出六一围绕孩子想话题的思维定式，从疫情压抑情绪的洞察中推出“**情绪**”关键词。

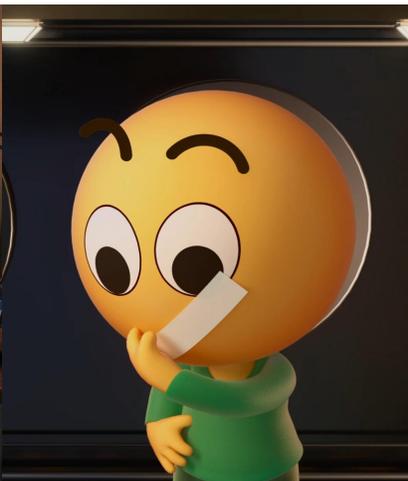
创意点02: 将“**微信表情**”作为情绪载体和创意主体，紧扣社会问题的同时兼顾品牌辨识度。

创意点03: 挖掘“**情绪**”背后的故事，用表情演绎人们的情绪日常，贴近社交，激发情感共鸣。

创意点04: 以精致风趣的**三维动画**形式丰富创意表现，打造令人耳目一新的视觉盛宴。



快乐许可证
厂办出品[2023] 第0601号



效果&影响

创意视频在微信官方视频号与公众号发布，**仅六一一天**，全网观阅量**113.4万+**，互动点击量**8.6万+**，微信视频号单日转发**3万+**，点赞**2.8万+**，好评过千，引发全网热议，品牌口碑提升。



THANKS