



Top
Mobile
Awards

华盟传媒PGC 《突袭夜蒲》直播营销

- ◆ 广告主：华盟传媒
- ◆ 所属行业：服务业
- ◆ 执行时间：2016年5月-至今
- ◆ 参选类别：视频直播营销类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

► 背景初衷

网络直播随着政策调控以及行业快速发展，单纯秀场主播向有内容、有策划可延续性的PGC直播转型势在必行，华盟传媒垂直都市夜生活主题，打造了《突袭夜蒲》PGC直播节目，旨在带领观众体验不同主题的都市夜生活并实现商业变现。

► 项目目标

既抓住用户对美女眼球经济的关注，又摆脱传统秀场模式，打造一档持续运营的PGC直播综艺节目，向包括餐饮、酒水、酒吧等商家开放合作入口，引导每位观众与主播互动并参与节目进程，建立观众及粉丝社群，构建内容+观众的生态链。

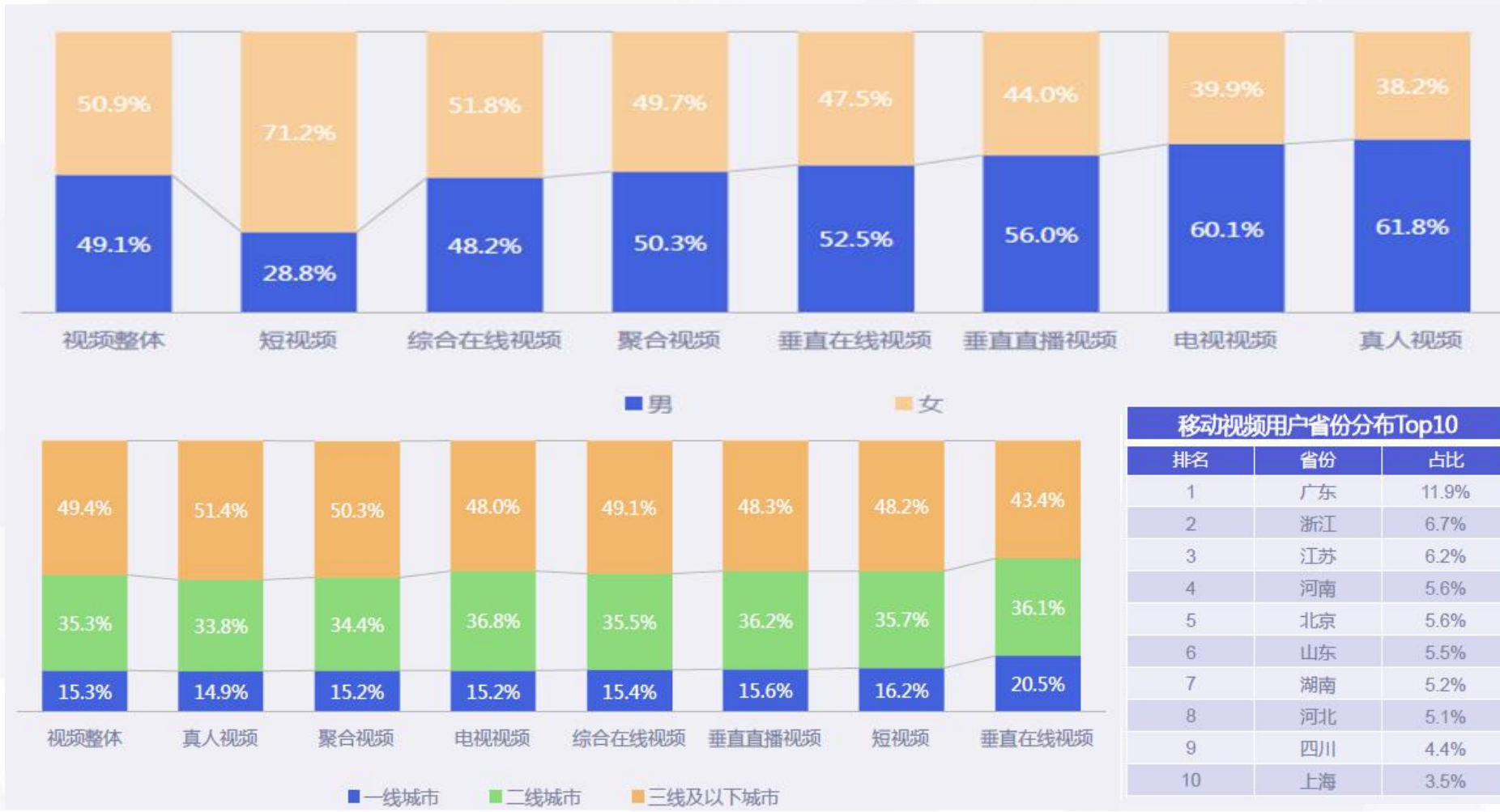
► 项目挑战

- 1、如何让内容激发用户关注与传播？
- 2、如何打造一档与其他PGC节目区隔化的直播节目？
- 3、如何打造成为一档可持续运营，并且内容与观众强关联的直播节目。



洞察&策略

- 约85%观众为22-35岁之间男性，此类节目收视高峰期为周末21:30-1:00。
- 二、三线城市用户占比超过70%，用户的诉求是“帮助我去做，我不能做的事情”。





垂直户外夜生活主题

《突袭夜蒲》PGC直播综艺类节目，每周六直播，已连续播出超过12场，累计直播收视超过100万，进一步验证了受众对于户外综艺类直播的认可及需求。



策划+内容=话题

华盟传媒设定了斗鱼直播+QQ社群+微博传播的一体化传播策略，在实现超过100万直播观看同时，还打造了高达5000多人的观众社群建立。



多元化的内容与营销

《突袭夜蒲》针对斗鱼平台观众喜欢的形式，植入酒吧、餐饮、酒水、主播等多元化内容，让营销变得轻松与互动，创新性的利用酒吧大屏幕与平台互动，开创了酒吧新型娱乐模式。



持续性的IP节目运营

《突袭夜蒲》经过3个多月运营，现已成为国内都市夜生活主题户外PGC直播第一热门IP，获得诸多品牌及厂家的青睐。

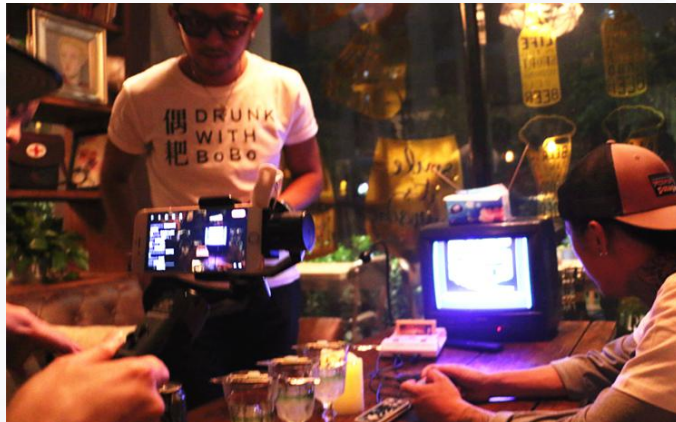
内容生动 精准策划

垂直都市夜生活，每期选取一个不同场所，覆盖酒吧、KTV、宵夜等元素，邀请不同嘉宾设计剧情，激活观众热情并参与直播互动。



线下商家 互动营销

合作线下商家通过微信、微博参与预热宣传，并提供酒吧大屏幕与平台参与直播互动，实现线上线下一体化。



社群与视频 多维传播

从第一期开始即建立粉丝社群，并且每期剪辑小视频，所有商家、主播、嘉宾及粉丝共同参与传播，提升社群归属感。





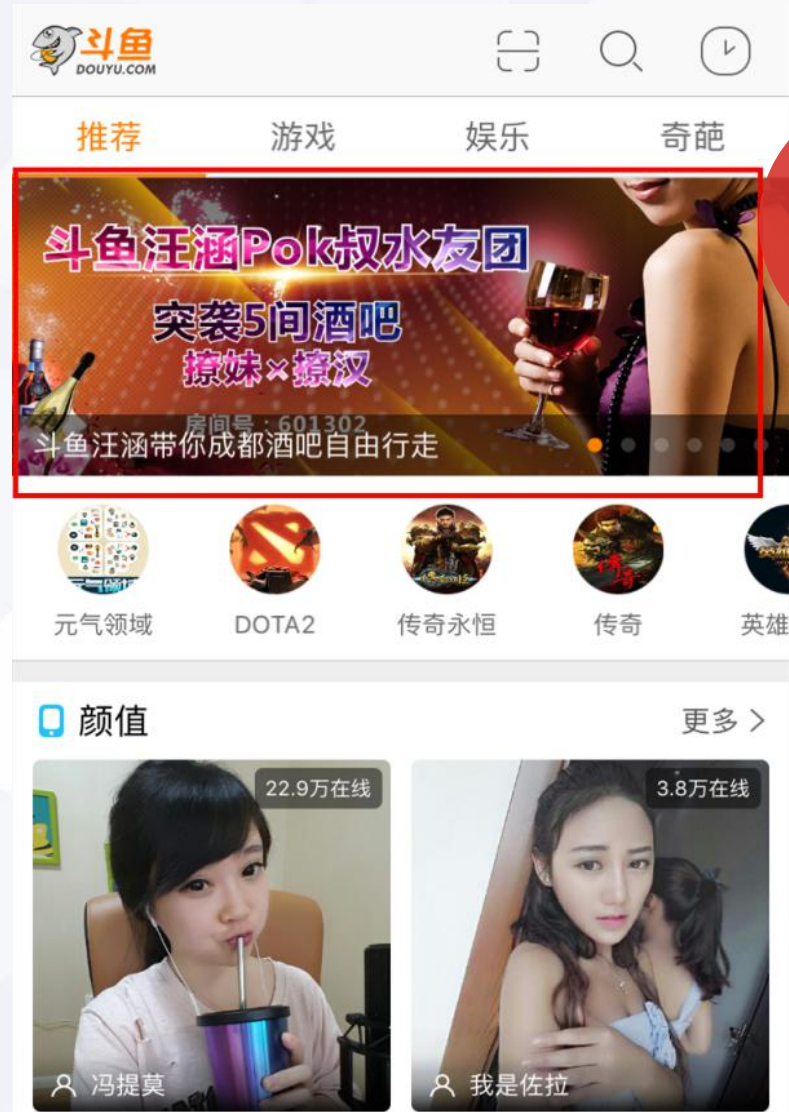
Top
Mobile
Awards

媒介&执行

Step1

2016年5月28日，华盟传媒策划《突袭夜蒲》第一期首播，针对节目属性锁定斗鱼平台推出，并且首期联合5间酒吧、6位主播（涵盖外国人、美女、帅哥、文青、妖男、辣妈等元素，直击各层次观众痛点）一起联动。

6位主播分成两队，乘坐音乐大巴车，前往不同酒吧接受不同的挑战，创下最高5.6万在线的首播成绩，主播实现关注粉丝数倍增长，粉丝QQ群过千人加入。

首播
破冰

Step2

多渠道 传播

在随后几期《突袭夜蒲》节目中，推出了主播竞争机制，保留人气最高的3位主播之外，其他所有主播采用轮换制，每期轮换2位新主播加入节目，保持了节目的新鲜感。

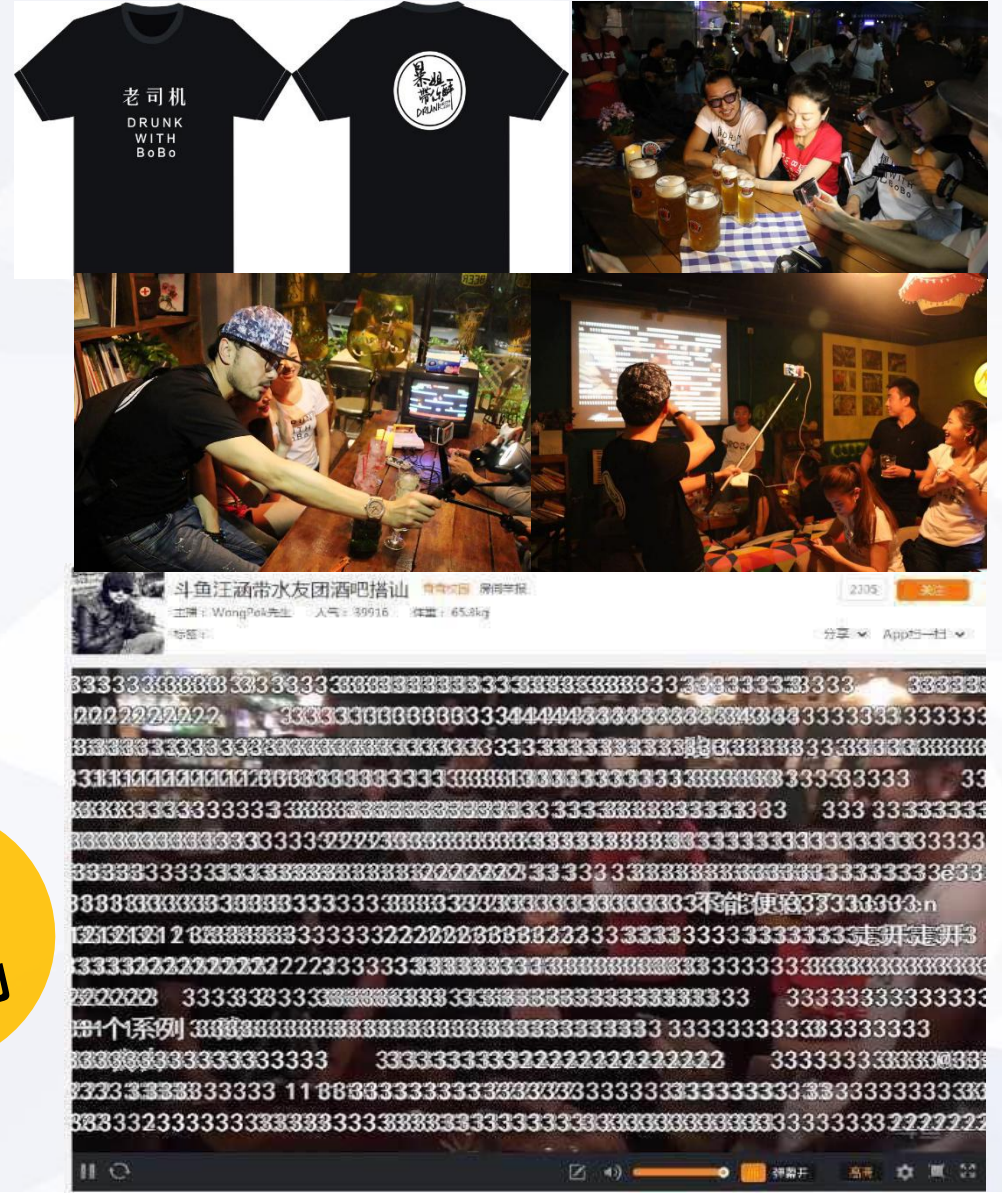
充分利用QQ群、微信等渠道进行预热、主播征集以及社会化传播，实现了节目主播优胜劣汰以及海选机制，并且每位参与海选的人员也在参与传播。



Step3

制作节目统一VI以及制服，实现节目品牌化，为品牌商提供更多的参与入口。灵活利用合作商家场地道具助力传播并提升直播互动效果，如大屏、易拉宝、电脑等.....同时商家也利用线下互动提升酒吧娱乐性和互动性，加强了与店内客人的黏度，《突袭夜蒲》从而成为国内都市夜生活主题户外直播第一IP。

线上线
下一体
化互动



Step4

节目IP全面升级

《突袭夜蒲》节目全面开放品牌合作入口，先后与数家美食餐厅、音乐节、泳池派对、户外夜跑机构等开展合作，多元化打造都市夜生活直播主题IP，内容从酒吧进一步扩散到泛夜生活领域。并且所有商家都参与助力传播，引导节目有效吸收累计直播观看过百万，粉丝社群5000余人，储备了数十个合作商家以及直播嘉宾。



视频链接 :http://www.miaopai.com/show/Ba3gKQbvKvxEUbD6rZjJEA__.htm



Top
Mobile
Awards

效果&反馈



- **销售业绩：**所有合作商家在节目直播当天，累计实现销售超过100万，客人上座率提升27%。
- **视频传播：**直播小视频，通过商家及社群助力传播，超过100万次播放，储备了30多个潜在意向商家。
- **社群营销：**通过前期预热与后期传播，成功建立了超过5000人的节目粉丝社群，实现了节目忠实观众破冰。
- **直播营销：**通过持续12期直播，在线观看累计人数超过100万，成为国内都市夜生活主题直播第一IP。

**此案例受到合作商家高度好评，全网20多家媒体专题报道此案例。
创新性的利用直播+酒吧现场+微信社群营销，开创了酒吧新型营销模式**

