

百度熊漫游城市-公益阅读季

- ◆ **品牌名称:** 河南房产品牌
- ◆ **所属行业:** 房地产行业
- ◆ **执行时间:** 2021.04.01-04.23
- ◆ **参选类别:** 公益营销类



河南6家本土房企联合，在第23个世界读书日共同发起锐旗公益悦读季活动，通过一系列阅读+公益的新鲜玩法，**联合百度熊IP漫游城市等趣味且充满互动的方式打出一套多维度营销组合拳**，在世界读书日期间，提醒用户重新聚焦阅读，提高全民阅读的热情，也号召了更多的人共同关注边远地区少年儿童阅读。

用公益连接品牌，充分调动百度全链营销产品能力、内容能力、数据能力，**将阅读与公益进行了有效链接，通过线上打通用户与品牌的交互链路，线下落地公益行动解决实际社会问题，传递房企品牌社会责任，牵引跨界异业合作联动**，实现了全民与乡村小朋友，品牌传播与公益、社会责任的多方面结合，收获商业与社会效果双赢。

为房企注入公益基因，扭转社会印象，倡导公众关注教育问题

➤ 营销层面：重塑社会公益价值，扭转房企商业化形象

4月房产由淡季转旺季的过渡期，集团或项目需借助节点营销完成客资积累和品牌发声/入市，房产营销和社会公益议题紧密结合的趋势越来越明显，借助公益力量输出企业责任和正向社会价值，加强与购房者的情感联系，从而收获社会反响和商业效果的双赢局面。

➤ 社会层面：唤醒城市阅读记忆，以公益行动解决实际问题

传统书店、乡村儿童阅读困境成为社会阅读问题，唤起社会对于阅读问题的关注，反哺村镇地区青少年文化教育的重视，为线下书店带来百万流量，同时以实际行动为真正需要图书的孩子送上有温度的帮扶，以公益行动解决实际社会问题。



社会公益+房产营销+异业联动 带动全民参与互动，助力行业破局出圈

破局

从商业售卖到内容共创，破局自嗨式传播

房产营销偏向商业化特征明显，聚焦有社会共鸣的点，通过有效的放大和故事化填充，向受众输出公益内容，发挥“UGC”精神，撬动消费者从被动参与到主动传播，从而树立房企品牌正向认知及行业新的破局方式。

出圈

公益营销，IP联合，打造品牌轻资产

公益话题天然有链接效应，选用IP的思维去做公益营销，打造公益活动，所谓IP思维，是要打破场景，从品牌到消费者，甚至渗入到受众社群，在好玩法的基础上，让做公益有意思，有收获，是房产营销新的发力重点。

双IP互动+社会性议题，从被动参与到自助传播

➤ 百度熊IP与悦读季IP合作造势，提升受众认同的同时传递百度更暖形象

携手本地房企、传统书店打造#锐旗公益悦读季#首个异业合作公益IP，联合与悦读季活动调性相符的百度熊IP，以共同传递创造温暖、全民公益的活动理念，突破传统公益边界，同时传递更暖的百度形象，进一步提高传播创意的有效性

➤ 通过社会议题的沟通，拉动多个社会群体主动参与互动，撬动影响升级

以世界读书日为契机，聚焦城市阅读问题，设置了多个与用户间细分化的接触节点，刺激用户增加阅读时长、爱心点亮、主动分享阅读大使证书，线下沙龙，为乡村儿童捐赠书籍的公益行为，打通传统内容运营者、留守儿童、房企品牌三大社会群体互动，推动悦读季IP落地、撬动影响升级



实现社会公益与房企营销深度捆绑，圈粉目标受众



河南6家本土房企联合，在第23个世界读书日共同发起锐旗公益悦读季活动，通过一系列阅读+公益的新鲜玩法，联合百度熊IP漫游城市等趣味且充满互动的方式打出一套多维度营销组合拳，在世界读书日期间，提醒用户重新聚焦阅读，提高全民阅读的热情，也号召了更多的人共同关注边远地区少年儿童阅读。

用公益连接品牌，充分调动百度全链营销产品能力、内容能力、数据能力，将阅读与公益进行了有效链接，通过线上打通用户与品牌的交互链路，线下落地公益行动解决实际社会问题，传递房企品牌社会责任，牵引跨界异业合作联动，实现了全民与乡村小朋友，品牌传播与公益、社会责任的多方面结合，收获商业与社会效果双赢。

百度熊客串书店长漫游城市 让阅读进入更多受众视野



百度熊客串一日书店长，以更亲民的形象和态度传递公益温暖，无形中就拉近了与受众的距离，联动6家本地老牌图书馆、网红书店，让原本毫不相干的元素，通过相互渗透、融合，赋予公益悦读季项目更深的受众印象，做到了将世界读书日所包含的真正内涵传递给更多人，号召更多用户参与阅读、享受阅读，同时给线下门店带来百万流量，牵引书店行业创新出圈。

通过线下事件

引发围观

百度熊引入互动

线上：打卡海报发声

百度熊亮相郑州，全城打卡

百度熊书店联动，客串店长

通过百度线上发声

提升互动

内容发酵

全网互动：点亮H5

百度搜索：覆盖人群关注

百度信息流：释放活动信息

百度直播：撬动各界参与

借助百度系全链产品影响力
构建悦读季互动生态

通过多渠道覆盖

强化影响

品效合一

六宫格海报：品牌价值传递

沙龙联动：深度探讨

落实公益：爱心捐赠

百度开屏：集中曝光

全网PR稿件宣发

赋能房企正向形象树立
社会价值传递

异业联动，提醒用户重新聚焦阅读，覆盖百万门店流量



6家老牌/网红图书馆异业合作, #百度熊客串一日书店长# 更亲民的品牌形象, 与受众产生更多互动

万人自发参与爱心点亮，全民阅读大使认证热潮



关爱留守儿童
他们更需要一个丰富的世界
你的阅读 将兑换为一本承载着
梦想与智慧的书籍
阅过山川 给留守农村中的那个Ta

Qiaoqiao
留守7年
再崎岖的乡村小路
也无法阻止少年对
梦想的追逐

Afei
留守13年
纵然身体困于天地一方
灵魂却早已奔波在路上

如果Ta们离世界太远
我们就把世界送到他们眼前

一颗爱心点亮
兑换一本書籍

1945

您是第15178位助力者

邀请好友 一起点亮爱心
关注留守儿童

引导用户切身参与到公益行动，创造社会价值同时建立品牌正向认知，撬动受众被动传播到主动参与

联合兆熹书店落地读书角沙龙，倡导各界关注阅读问题



现场联动焦湾小学房企爱心捐赠现场，相较于以往品牌单打独斗，社会跨界互动公益价值倍增



现场爱心捐赠图书2000+本，直播10W+人在线，成功圈粉目标



以实际行动促进少年儿童阅读困难等实际社会问题解决，直播在线观看10W+，成功圈粉目标用户



充分调动百度互动能力，整合全链路内容轰炸，主导舆论



商业广告+内容创作，一攻一守打造流量收口，有效触达目标人群3649万次，促进业务效果达成

有事搜一搜 没事看一看



发表评论领金币



破局出圈：高占位、广传播、深互动

累计触达 4150万+人次

线下书店打卡：100万次+

爱心点亮：1.5万次参与+

搜索+信息流：3649万次+

百度直播：10万次+人参与

其他辐射：2000+朋友圈转发、6+房企品牌持续扩散、30+PR稿件

1、首次多家房企联动，助力行业形象扭转：

用社会公益与房企营销深度捆绑，打破原有单一行动的传统公益模式，助力社会痛点问题改善及房产行业形象的扭转，获得行业内一致好评；

2、牵引实体书店行业营销转型、创新出圈：百度+房企+实体书店异业联动，辐射带动更多行业融入，线下事件反哺线上，为门店及线上互动双向引流；

通过百度大数据观星盘、开屏、搜索、信息流、百度直播等多种商业产品组合强势宣推；

3、百度熊IP背书强互动，传递联合企业社会责任价值：充分调动百度全链营销产品能力、内容能力、数据能力，收获商业效果和社会效应的双赢，促进百度、锐之旗及联合企业社会形象输出，助力锐旗公益悦读季公益IP落地，