

# 《不换号，移直陪着你》

- ◆ **品牌名称:** 宁夏移动
- ◆ **所属行业:** 通信
- ◆ **执行时间:** 2022.05.01-05.20
- ◆ **参选类别:** 短视频营销类

## ➤ 背景

- 1、惠民政策携号转网服务的推出，三大运营商的竞争加大，须进一步提升服务水平、提供更优质通信供给满足市场需求。
- 2、宁夏地区三大运营商中，宁夏移动市场份额、客户规模等领先其他两家，在与其他两家运营商的竞争中，作为在宁夏地区成立最久的运营商，宁夏移动以好网络、好服务、值得信赖的品牌形象为客户熟知。





## ➤ 目标

2022年是宁夏移动成立的第23年，希望通过一系列的客户答谢活动，借助有温度的品牌营销，以情怀打动客户，向客户及社会各界传递宁夏移动“长久相伴，满意随行”这一价值点。



## ➤ 挑战

- 1、在价格竞争下，运营商如何避开价格竞争，提高品牌差异化竞争；品牌竞争时代，如何打造具有温度的营销？
- 2、本次传播预算仅10万，需要在预算内完成传播期间预热、引爆、后续传播等一系列传播动作。

## ➤ 洞察

面向宁夏全区移动客户，及非移潜在客户，移动部分客户在网时间超过20年，具有极强的品牌和身份认同，且客户对宁夏移动具有较强品牌忠诚度，有一定的用户情感基础。

## ➤ 策略

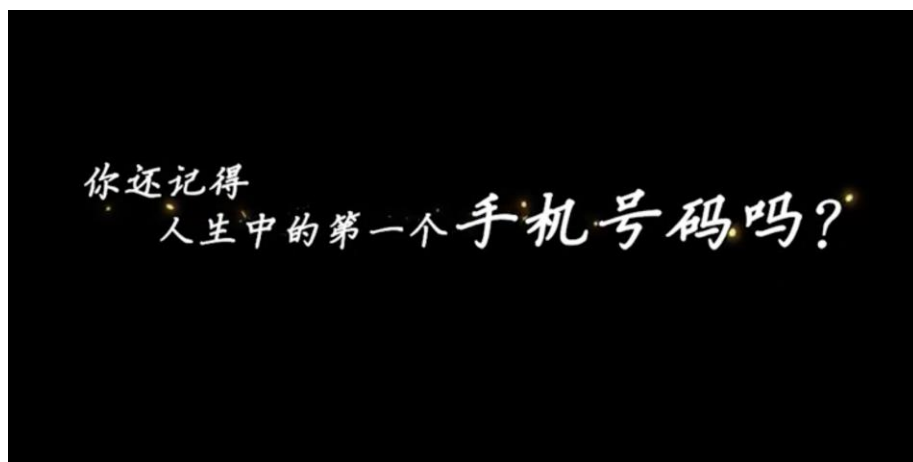
- 1、**维持消费者心中有温度的形象不变**——宁夏移动市场份额、客户规模等始终领先其他两家，在与其他两家运营商的竞争中，作为在宁夏地区成立最久的运营商，宁夏移动始终以好网络、好服务、值得信赖的品牌形象为客户熟知。
- 2、**打开情怀营销格局**——用真实去触碰真心，以情怀牵动情怀。借助街访与个人访谈的方式去记录人生第一个手机号码的故事，发布在更接近消费者的视频号平台。



## ➤ 亮点

- 1、随着时代的变迁，生活质量日益提升，而情感成为了人们追逐的目标，如精神上、文化上引发的某种共鸣，又或是拥有某种符号，都会产生一种满足感。
- 2、人类的本质是与故事连接的，连接我们的想法、情感、品牌和产品，【不换号，移直陪着你】视频讲述移动用户手机号码的故事，以“号码陪伴多年”作为情感脉络，配合移动一系列客户答谢活动发行。引发话题关注，与客户情感互动共鸣，最终通过福利活动把移动品牌驻入消费者心智。

《不换号，移直陪着你》视频链接：[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNTkwNDkwNjg2OA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwNDkwNjg2OA==.html)



## Step1:情怀视频先发，精准覆盖用户客群，全面铺开，人人皆知

- 1、打造有热度有话题的优质内容“手机号码的故事”，投放自有媒体，如微信视频号、抖音号、微博，覆盖全网核心平台，引发用户关注。
- 2、通过宁夏日报微信公众号（官媒）、宁夏深1度微信公众号等（本地生活时评类KOL，影响外部投放为力最大的自媒体）权威媒体自造话题热点，引发众多媒体的转载报道；



## Step2:多传播渠道矩阵，深度连接消费者，高效转化

- 1、以H5为载体，通过官方微信发布活动，宁夏移动线上媒体触点铺排，包括移动管家banner位、10086营销短信等。
- 2、线下通过户外大屏、楼宇灯光秀、路名牌等媒介，最大化传播范围，提高活动参与率。







## 曝光量超**2400万/人次**

- 1、官方媒体——以宁夏电信视频号为主阵地的官媒矩阵总曝光量达 **1000万/人次**
- 2、线上媒体投放——宁夏日报等地方官微、当地KOL等总曝光量达 **600万/人次**
- 3、线下媒体投放——户外大屏、楼宇灯光秀、路名牌总曝光量超 **800万/人次**



- 1、在视频发布后，引发受众评论数过万；在后续的活动参与中也实实在在获得优惠和回馈；
- 2、客户表示是满意的，能够体现宁夏移动的温度，陪伴客户的点滴，也看到了消费者对宁夏移动的信赖；
- 3、媒体评价：这是一条聚焦消费者对广告主的情感连接的广告片，很有温度，共鸣感强。视频播出后热度上涨快，消费者的自发关注和传播，也带来更多的品牌曝光；
- 4、业界专家评价：用“移动故事”这个内容把运营商和用户之间的联系体现地非常细腻，为情怀营销加分。