

老全家的幸福生活 广东移动全光WiFi业务原创大白IP

- ◆ **品牌名称**：广东移动
- ◆ **所属行业**：通信行业
- ◆ **应用平台**：社交平台、线上媒体及线下传统渠道、自有渠道如掌厅、广东移动线下营业厅等
- ◆ **执行时间**：2022.04-05
- ◆ **参选类别**：元宇宙营销类-虚拟形象营销奖

产品同质化，传播功能化，内容同样化。如何破？

我们创造了全光WI-FI的品牌IP—老全一家

打造年轻化的品牌视觉，激活品牌的年轻基因，丰富品牌精神内涵，实现立体沟通方式



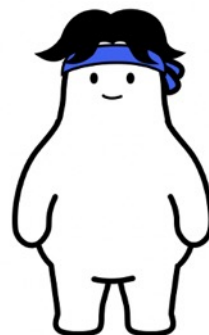
全妈妈



全学学



全爸爸



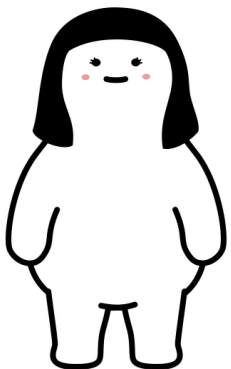
全乐乐



全奶奶

1. IP设计矩阵化 打造一个完整的IP体系

IP家族化，内容趣味化。充满故事画面及情感元素，能更好传达品牌产品服务理念，传递产品卖点



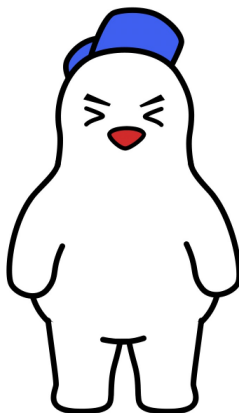
全妈妈

星座：双子座
生日：1983年6月16日
个性：古灵精怪 爱折腾
兴趣：唱歌，直播
特长：指挥全爸爸



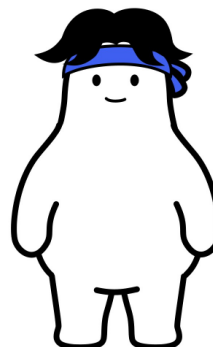
全学学

星座：摩羯座
生日：2012年1月09日
个性：认真 专注 爱思考
兴趣：解应用题
特长：背圆周率400位



全爸爸

星座：巨蟹座
生日：1982年6月26日
个性：勤劳顾家 做事有计划性
兴趣：喝可乐
特长：与人交流



全乐乐

星座：射手座
生日：2006年11月28日
个性：开朗 爱玩 好胜心强
兴趣：对线
特长：赢三把必输一把



全奶奶

星座：白羊座
生日：1963年4月1日
个性：老顽童 直率 急性子
兴趣：刷视频
特长：给单身狗介绍对象

2. IP玩法互动化 让IP和用户玩起来

让IP线玩起来，全光扭扭舞，懒人生活馆，告片互动、沉浸式体验，完全俘获用户心智

高频互动

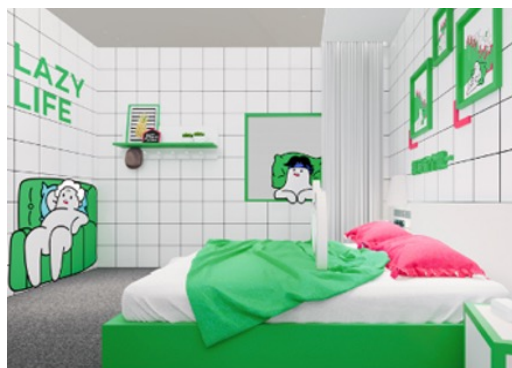


幸运抽一抽



全光扭扭舞挑战赛

沉浸体验



懒人生活馆

精准触达



拦截目标用户

出道

融合品牌理念，综合考虑情感定位、品牌象征等因素孵化IP，GIF动图表情包创作释出



出场

IP首次亮相，以漫画形式宣传新品全光WiFi。线上渗透社交媒介渠道，渗透用户心智；线下进行精准投放触达

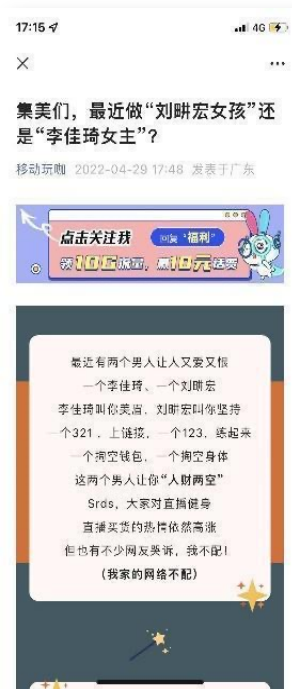


让IP带着用户玩，传递品牌优悠品质的生活理念

包围用户生活环境，渗透用户出行及生活场景

出名

全光WI-FI之歌：陆续创作主题系列短视频、推文及产品讲解视频等，传递产品特点，渗透社交渠道、互联网新媒体平台，铺设宣传，聚焦关注



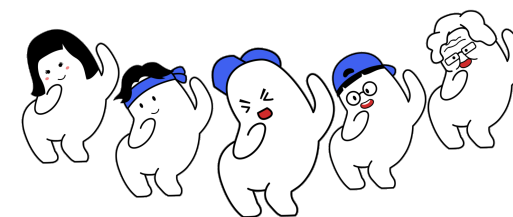
- 广州移动官方视频号/抖音号、官方微信公众号、朋友圈/微博、社会化媒体等媒介渠道传播
- 大V账号原创推文释出配合宣传，实现更多曝光，深化用户对产品的认知和印象

视频链接：

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwNTQwNzc2MA==.html

出彩

全光扭扭舞挑战赛 加持炒热IP热度，精准触达目标用户，紧抓用户心智，实现品牌声量、新品认知、业务种草全面突破，强势种草



全光扭扭舞

- 抖音定制#尽享优生活-IP贴纸挑战赛上线，1.3万人与IP一起为520跳出扭扭比心舞蹈，全光WiFi新品产品强势出圈

出圈 懒生活馆 聚焦用户更多生活场景，打造智慧懒生活馆。实景融合体验，优化全新产品及品牌体验，走出行业全新营销范式



懒生活研究成果展



懒生活馆：深度结合软性植入，借助IP全面展示智慧家居带来的幸福“懒生活”

活动现场突破传统的温馨家庭风格，采用有趣的IP形象懒人与简约的二次元漫画风格视觉，融入潮玩互动更贴合年轻用户的兴趣圈，软性植入我们的品牌理念及产品功能，强化用户好感及认知



懒得住卧室 懒得写签名版 懒得躺客厅 懒得做饭厨房.....

出界

利用周边产品吸引更多注意力，加强品牌与用户之间的互动场景，强化了用户对于品牌的记忆



落地活动效果显著，反响热烈深受欢迎

首波宣传曝光

1.69亿+

首波宣传互动

2.5万+

用户的认知视觉印象

初步构建

用户生活

渗透式走近