**Soul App**

**参选类别：**年度数字营销创新力互联网媒体/平台

**简介及核心优势**

Soul App是一款基于心灵的智能社交网络平台，利用大数据技术，从海量数据中提取用户的行为特征和价值观念，建立用户模型再做出预测，通过“智能匹配算法”一键推荐用户可能喜欢的人和内容；品牌以“愿天下没有孤独的人”为愿景，主张灵魂交友，注重内涵、弱化颜值，致力于打造一个善意、平等、创新的年轻人社交游乐园。

截止2020年12月，Soul注册用户数达1亿，平均月活用户超过3000万，以18-35岁人群为主，大学生和年轻白领在用户画像中占主流；2019年，Soul App被评为最受95后喜爱的产品和品牌，在App Store上稳居TOP4。

立足于Z世代精神需求，Soul深耕多场景互动功能，提升社交体验。更有趣的社交，可以主动分享、参与话题、浏览内容，进行深度沟通连接，功能玩法有：推荐广场、发布瞬间、私聊、群聊派对等；更高效的社交匹配，即基于对用户的三观、性格、爱好等内心的情感进行测试，使用算法将测试结果相似的人聚集在一起，功能玩法包括：星球匹配、脸基尼匹配、语音匹配、灵魂匹配等。

Soul构筑社交内容生态，深度影响Z世代生活场景，以社交内容方式对话，突围品牌营销边界。站内多渠道资源整合有效帮助品牌精准曝光，如广场信息流、官方推送、星球浮窗等；还有话题社区、灵魂测试、拍照贴纸、品牌号、好物功能等，丰富的社交功能和玩法，为品牌开辟创新营销方式，通过场景打通及玩法协同，赋能品牌年轻化，为营销增值。

**数字营销领域突出成绩**

Soul与品牌探索新的营销玩法，从传统的资源位投放强势曝光，转向参与用户社交场景中，加深与Z世代用户的深度沟通，定制化内容引发年轻关注力，通过UGC内容联动，激励社交分享，为品牌成功导流。

**Soul x 隅田川咖啡 - 寻找咖啡星系常驻民**

在站内联合打造内容营销IP，发起 “寻找咖啡星系常驻民”活动，邀请用户参与创作联名咖啡包装，并引导在专属话题页互动，通过用户内容原创、激励站内SSR内容创新产出，助力话题的圈层传播，最终达成站内活动总曝光3000万+，话题页 新增近3万条瞬间，近20万用户参与话题互动。

**Soul x 迪士尼《心灵奇旅》- 真实的灵魂，自有引力**

与迪士尼IP电影联动推广，以站内运营为主阵地，联动线上线下多渠道营销。

在站内首先发布“灵魂出逃夜”打榜互动活动，用户邀请好友助力灵魂引力值，打榜成功就能获得“36城灵魂出逃夜”影院专场门票，和Soul好友一起观看《心灵奇旅》，超过17W用户参与活动，活动上线4日内累计点击次数超过30万；随后开启“寻找灵魂碎片”H5活动，对应电影内容，延展灵魂属性对应7种灵魂碎片，通过抽奖获得灵魂碎片，也可以和Soul好友交换碎片，加强互动性，集齐就能获得免费观影奖励，参与活动人数近100万，抽奖活动页曝光超过500万。

**服务的主要客户**

迪士尼、Tims、可口可乐、天猫、innisfree、Casio、言几又、隅田川咖啡、咪咕音乐等。