**“爱的双人舞”**

**微博借力+粉丝经济组合拳助力婚礼纪**

**广 告 主：**婚礼纪

**所属行业：**网服

**执行时间：**2019.06至今

**参选类别：**话题营销类

**营销背景**

1. 婚庆行业知名度高，但同类型产品竞争大，结婚工具和新娘社区契合微博社交属性，从而**进一步提高产品影响力，下载客户人群。**

2、对于很多用户来说，仍然习惯于线下传统婚礼筹备的方式，因此对婚礼纪的依赖性不大，通过婚礼筹备一站式服务平台，**培养用户线上筹备婚礼习惯。**

**营销目标**

微博站内营销转化，综合cpa28以内。

**策略与创意**

1. **【素材借助明星喜事热点】**

借助明星热点打造微博人设，结合热点产出素材+话题，让素材自身携带热点流量。

1）更换头像或者昵称，多人设打造：憧憬结婚小女生、婚庆行业专家、已婚女性等；

2）账号内容完善：日常转发热点或者喜庆内容，不定期更新原创博文；

3）账号间和官博进行互动转发，打造矩阵。



2、**【素材产出公式】**



**3、【借助粉丝经济】**

微博官方#备婚那些事##备婚日常##我和男友的备婚日常#等话题，粉丝们的资源投稿。



**执行过程/媒体表现**

1. **执行过程-3+2+2+2项目制**

3个主要账号优化人员，每人2个账号进行投放+账号维护；

2个专员负责新素材的产出；

1个设计+1个视频剪辑，素材的产出和优化；

2个微博直客和运营的紧密配合，第一时间获取微博新方向和排查波动原因。

**2、【微博技术支持】**

1）已下载用户排除；

2）确定目标人群，充分用到微博技术，并将目标人群打包进行测试。



**营销效果与市场反馈**

婚礼纪微博日均2000+量级增长，稳定婚庆行业龙头app。