**Soul APP品牌营销战役**

**广 告 主：**Soul

**所属行业：**社交平台

**执行时间：**2020.12.10-2021.12.31

**参选类别：**跨媒体整合类

**营销背景**

现代年轻群体无法在主流社交软件自由表达，社交人设变成一种标签，一旦发表不能被大众接受的观点就会被孤立, 无形中造成巨大压力，于是慢慢的学会了伪装，假装自己生活充实，假装自己岁月静好，纵使有着成千上百的好友，却仍感觉到孤独。但他们仍然**渴望表达，渴望自由，渴望真实**。

**营销目标**

营销传播期望达成5亿曝光，20万新用户的目标。

**策略与创意**

在本次营销传播中，需要更加明确的提炼了对于Soul品牌定位，并找到更吸引用户的利益点。

现代年轻人群的痛点：渴望同类，却无法在主流APP找到真正的同好；渴望表达，却必须营造人设伪装真实；渴望树洞，却又怕那句问候是真心还是笑话。

如果有那么一方寸土，可以真实地表达自己，有情绪就生气，不想做的事情就吐槽，把所有的喜怒哀乐 尽情释放。

而Soul带来的是一种轻社交体验，给你一种真实的生活方式，在这个新维度中，人们可以**真实、轻松、自由得和他人相连**。Soul为真实的灵魂建造了一个平行宇宙，致力于在互联网环境下倡导这个新的社交文化。

Soul APP五大功能点，让年轻人不再顾及 畅所欲言真实表达。

通过“智能匹配算法”一键推荐用户可能喜欢的人和内容，帮助用户随时随地和聊得来的朋友沟通交流，降低孤独感，提升每个人的生命质量，让个人更幸福，社会更加和谐美好。



**Soul APP吸引用户的利益点：**

真实自我：在Soul里，不需要精心设计的人设，只用大胆做自己。

自由表达：在Soul里，你可以自由表达内心所想。

轻松连接：在Soul里，可以轻松和志同道合的陌生人相连接，分享心中所想。

根据以上所述，产出本次传播的**创意概念**：

选择流露不加修饰的情绪

选择说出憋在心坎的故事

选择讨论没人关注的话题

选择分享每个真实的灵魂瞬间

在Soul，

正是这些真实瞬间

让你拥有无限引力

于是，被遇见，被喜爱，被关注，被欣赏

从此，你变成了你们

而你，还是你

你相信真实的灵魂，因分享而有趣

你相信灵魂的有趣，因分享而真实你相信，**在Soul，真实的灵魂自有引力**

**执行过程/媒体表现**

我们通过画面人物在日常生活与在Soul APP内的状态对比，突显在**Soul的星球 表达真实自我。**

**5张创意海报对应Soul APP五大功能点，让年轻人不再顾及 畅所欲言真实表达。**



****

****



**4张态度海报，彰显品牌态度 让年轻人不从众做自己。**

****







**通过大面积墙贴，利用站内有趣瞬间，引发路人对Soul的好奇，达到品宣目的。**





**Soul 品牌TVC同步上线，以“寻找真实的自己”为主题线表达当代年轻人对于生活、梦想的坚持与热爱。**



视频链接:<https://video.weibo.com/show?fid=1034:4585668135813176>

**Soul 36城51场灵魂出逃夜观影活动，线上线下全国联动为Souler打造专属电影包场，成为站内用户狂欢的派对。**

****

****

影院活动当天，#你的soul够真实吗# 登上微博热搜，配合大量KOL矩阵，炒热话题，达到最大曝光量。





**营销效果与市场反馈**

营销传播期间，微博话题#你的Soul够真实吗# ，阅读量高达1.4亿，讨论2.1万。