**金地华南“玩味八城 围炉夜话”直播之夜**

**广 告 主**：金地集团

**所属行业**：地产

**执行时间**：2022.11.20

**参选类别**：直播营销类

**营销背景**

基于金地华南“稳”的年度营销核心，金地华南欲在年尾启动品牌营销年末收官之战，以此拉伸金地华南品牌力，引爆品牌出圈。在全民直播的生态下，如何打造一张高品质出圈直播？

借势今冬新风向“围炉煮茶”，我们**摈弃叫卖式地产直播**，将八大城市集结，联动10大城市IP，**开创地产行业沉浸式直播新场景**，打造——**金地华南版“八城围炉煮茶”**。结合多环节设计赋能转化，实现品牌与用户在烟火气中谈笑风生，在稳稳当当中感受向往的生活，同时为品牌带来2k+留资信息实现转化。

**营销目标**

**①引爆声量：**在Q4业绩冲刺阶段，用一场高品质、高吸睛、有话题的八城直播实现破圈传播

**②高度塑造：**深化塑造市场符号，延续“稳”的传播基调，传达金地华南品牌力

**③赋能转化：**导流线上线下客户资源，带动八城销售转化，实现品效合一

**策略与创意**

核心策略：

**摈弃叫卖式地产直播**，**开创地产行业沉浸式直播新场景**，联动八大城市，共同在烟火气中谈笑风生，在稳稳当当中带来向往的生活。——**打造金地华南版「八城围炉煮茶」，**在浮躁的平台环境下打造一场独出心裁的惬意直播。

核心创意：

**【1个创意形式】：沉浸式的围炉之夜直播**

**【1句金句串联】：“金地就是稳”贯穿全场强点题**

**【8大城市强联合】：8城一呼百应齐上阵**

**【10大IP强联手】：强强联合如虎添翼**

**【多种福利驱动】：促活跃占领心智；**

**【多个环节引留资】：话术及环节流程种强引导**

**执行过程/媒体表现**

**一、4条魔性痛点视频，为大直播制造悬念，聚集用户关注**

采用时间倒推手法+买房痛点挖掘，风格极具魔性，激发用户观看好奇心，播放量达45.2W+

****

**二、4条趣味探店小剧场，营造全民福利嗨购氛围，播放量达61W+**

探店视频脑洞大开，创意发想4大场景（斗地主+房产推销+情侣斗嘴+直播换装），为直播引流造势

****

**三、“稳啊了市”四大街区H5上线，趣味横生的“好房云市集”噱头吊足市场胃口**

够给利诚意街区、薅羊毛人气街区、台柱子直播街区、趣打卡网红街区，四大街区模拟线下购房各具特色，以稳稳购房福利打动客户

****

**四、沉浸式的围炉之夜直播**

融合“围炉夜话”潮流元素打造主题直播，拒绝“喊麦式直播”，开创地产界直播新场景，吸引大量自来水，直播观看数达12W+



**五、“金地就是稳”贯穿全场强点题**

福利口令、主播串场等，用一句“金地就是稳”贯穿全场，弹幕踊跃，好评如潮，品牌口碑刷屏来袭，强势释出品牌年度传播核心

****

**六、8城一呼百应齐上阵**

八城集结，深度讲解城市特色文化底蕴和稳生活方式，带来热推好房福利和超级福袋、海南双人游等留资大礼，让直播热度持续高涨



**七、10大IP强联手如虎添翼**

华南区域+八城IP天团齐聚压阵，穿透目标圈层，发挥新媒体矩阵中心优势。

****

**八、多种福利驱动，促进活跃气氛且占领心智；**



**九、话术及环节流程种强引导留资**



**营销效果与市场反馈**

直播累计观看数12W+

直播点赞380W+

直播评论转发440W+

抖音账号新增关注数3.8W+

小风车点击次数3.7w+

留资数2000+

抖音企业经营榜“本周行业黑马”“本周大盘黑马”



