

数字惠民-中国移动广西公司618创意系列短视频

- **品牌名称:** 中国移动
- **所属行业:** 通讯
- **执行时间:** 2023.06
- **参选类别:** 视频内容营销类

营销背景:

一、品牌营销背景及消费洞察:

2023年5月17日, 中国移动发布“数字惠民计划”, 推出“手机、套餐、服务、应用”等四方面惠民工程:

- (1) 应用惠民工程: 5G新通话、更高清、更有趣、更贴心、更便捷
- (2) 手机惠民工程: 推出多款千元5G手机
- (3) 套餐惠民工程: 两大套餐体现暖心关怀 (孝心卡、骑士卡)
- (4) 服务惠民工程: 服务升级助力数智生活

2023年下半年度, 广西移动以落实“数字惠民”, 持续为广西人民群众的智慧生活提供保障、注入动力。

二、营销困境及挑战:

广西移动如何充分把握营销契机和关注热点, 重点借势618年中大促及前期517事件热点, 深化成熟商品: 5G手机、5G超清视话、神州行孝心卡、移动到家等服务营销宣传, 助力全民迈入数字生活新时代。

营销目标：

目标1 品牌形象：

广西移动充分落实“数字惠民”四大工程，关注民生，落实数智生活，提升生活幸福感为目的，提升品牌形象

目标2 消费心智：

快速抓住消费者心智，获得从品牌到产品的关注和声量，提升消费兴趣，保持区域市场的市场份额

创意思路：

一、策略思考

为了让用户更好地参与到数字惠民计划，从获得感、幸福感、安全感多角度出发，为客户提供更优惠的活动选择及服务，通过孝心卡、骑士卡、移动到家、千兆宽带等产品，分析【人】【场】【货】进行短视频的内容创意，制作系列趣味短视频，通过618大促，落实数字惠民，带动消费兴趣，实现品牌宣传和业务增长的目的

二、创意思路及亮点

- 1、“618”全民大促为切入点，将移动的惠民产品、优惠措施与人群场景进行融合，以有趣、社交的内容方式，让消费者一秒GET数字惠民的优惠权益。
- 2、深度挖掘广西移动数字惠民产品与人群场景的融合，以《放价618，全民升5G，优惠正当时》系列创意短视频，结合惠民措施深化消费心智：手机惠民篇X精明大妈，套餐惠民篇X外卖骑士，服务惠民篇X移动到家服务

创意执行：

一、手机惠民篇x精明大妈：

大妈买“鸡”的谐音梗，菜市场卖鸡的档口场景与“买机”相结合：精明的大妈来到一个卖鸡的档口前，拿着放大镜仔细的看一只杀好的鸡，引发好奇和兴趣；告诉老板今天的鸡要优惠点，制造疑问；老板说：“有，千元机，大优惠”，带出主题。创意趣味的谐音梗，结合孝心机、银发关爱的惠民措施，来体现广西移动“5G手机，618实在大实惠”



视频链接

<https://v.qq.com/x/page/p3538z54qqi.html>

创意执行：

二、餐惠民篇x外卖骑士：

外卖骑士生活场景，与“套餐”进行结合联想：外卖小哥急速行驶，突然急刹，制造悬念；骑手下车，走进店里，对着菜牌开始选套餐，选择困难症发作，直接问老板：今天618，哪个套餐最优惠！，进行产品植入；老板说：“有！骑手卡套餐 大实惠！，业务带入引导消费。场景融合，结合骑手卡惠民套餐，来体现广西移动“骑手卡，618实在大实惠”



骑手卡享
大语音、大流量、骑士险权益

骑手卡享
大语音、大流量、骑士险权益

视频链接

<https://v.qq.com/x/page/r3538ezktrc.html>

创意执行：

三、服务惠民篇x移动到家服务：

“超人”为创意点，将“超能力”“超速度”与移动到家“超好用”的服务相结合，通过移动智家工程师的“超能力”来展现广西移动上门安装检测、智能门锁安装、空调清洗等移动到家服务，强化产品卖点



视频链接

<https://v.qq.com/x/page/l3538mtxrka.html>

营销效果：

广西移动在618大促期间，以此套系列短视频为线上的传播造势，大力提升广西移动在618期间的整体曝光，数字惠民、优惠权益等进行精准的人群消费心智强化，媒体公关化内容进行快速传播、曝光，拉升618期间广西地区整体业务的提升。该系列短视频获得广西移动以及中国移动集团的客户、领导认可和好评。

视频号

