

# 跨越山海 超越千万-中国移动广西公司创意营销

- **品牌名称：**中国移动
- **所属行业：**通讯
- **执行时间：**2023.05
- **参选类别：**创意传播类

## 营销背景:

### 一、品牌营销背景及消费洞察:

1. 产业层面：工信部印发了《“双千兆”网络协同发展行动计划》，广西移动以数字技术赋能，持续广西数字建设。
2. 市场层面：数字经济成为推动广西经济高质量发展的重要引擎；宽带业务，获取用户生活场景连接入口，以拉升家庭连接数量和价值。
3. 用户层面：近年来，广西移动在光纤入户改造大方针下，积极推动网络优化升级，提升宽带覆盖和质量。

### 二、营销困境及挑战:

广西移动计划在“5·17国际电信日”，借势发布广西移动宽带用户突破1000万，制造行业舆论热点，先发制人，抢占舆论高地，压制其他对手。

## 营销目标：

### 目标1 行业舆论热点：

通过宽带用户率先千万成果，抢占行业舆论高地，全面提升广西移动品牌形象。

### 目标2 用户心智渗透：

千万用户选择，深化心智建设，树立长效且全新的宽带选择标准，保持区域市场的市场份额的领先优势。

## 创意思路：

### 一、创意策略：

打造电信日舆论热点，宽带用户突破千万作为标志性事件，通过率先破千万的用户规模增长速度，体现了用户对广西移动宽带业务的全面认可。

### 二、创意思路及亮点：

以“千万”为核心，展现为“数字广西”建设提供的移动力量与成果。

- 1、市场层面：强化“千万”声量，展现广西移动宽带的市场规模优势。
- 2、用户层面：信赖”体现广西用户对移动宽带的支持态度。
- 3、行业合作层面：“共筑”代表与社会/政府/用户/合作伙伴携手，共同参与共享成果。
- 4、社会/产业层面：“梦想”代表广西数字生活实现以及广西全面实现数字建设。

## 创意思路：

### 三、系列文案规划：以“千万”为核心，展现广西移动在数字广西建设中的责任和担当

- 1、企业责任：千山万水 万千担当
- 2、网络基础设施建设：千辛万苦 万千信念
- 3、网格渠道：千村万店 万千足迹
- 4、宽带产品：千家万户 万千温情
- 5、心级服务：千言万语 万千感恩

## 创意执行：

### 一、千万信赖，共筑万千梦想：

网络光纤为创意点，连接移动宽带与广西家庭数字生活；左边是移动千兆产品的光纤细节，展现品牌实力，右边汇聚千万家庭对数字生活的美好向往。



## 创意执行：

### 二、千山万水 万千担当：

整体融合广西独特风景地貌优势，跨越千山万水拥抱未来的憧憬和向往，左边以广西的海移动的担当和奋斗的壮志，右边以广西的山展现，克服险阻、不屈不挠的精神，树立中国移动在区域市场的品牌形象。



## 创意执行：

### 三、千辛万苦 万千信念：

广西喀斯特地貌、多民族、多山区的特点，展现广西移动不畏艰险、不惧困难积极进行网格建设，左边以恶劣气候展现移动人不怕艰苦的品质和信念，右边展现移动推进数字广西的发展的成果。



## 创意执行：

### 四、千村万店 万千足迹：

广西移动积极响应国家乡村振兴的总方针和广西数字乡村的总体建设，左边以广西乡村独特的风光美景激发情感共鸣，右边以足迹表现广西移动推进乡村网络建设、数字乡村的足迹，展现移动实现村村通的成果。



## 创意执行：

### 五、千家万户 万千温情：

展现广西移动宽带产品，为广大用户带来数字家庭生活新体验，左边以灯光斑斓表达温馨幸福生活，右边表达让广西万千家庭享受更优质的数字生活。



## 创意执行：

### 六、千言万语 万千感恩：

体现广西移动以更优质的心级服务，来回馈和感恩广西政府的信任，左边以广西绿城的绿色体现对生活的希望和安心，右边则通过心手相连展现移动的社会关系，表达对广西用户的支持，反应广西用户对移动的信赖。



## 营销效果：

本套海报设计在广西移动“517电信日”事件营销发布，获得广西移动客户及领导自上而下的好评；同时，也引起广西当地、市场以及消费者的广泛关注和肯定，大力提升广西移动在广西区域市场移动的品牌形象，实现抢占舆论和行业关注的目的。

