

《仙遇》新游首发×腾讯视频代言人一站式解决方案

- **品牌名称：**乐享元游
- **所属行业：**游戏类
- **执行时间：**2024.12.26-2025.4.25
- **参选类别：**明星/达人营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

品牌TCV: <https://www.douyin.com/video/7449691388733689097>

产品现状及营销背景

- 《仙遇》手游是一款3D国风仙侠MMO游戏，它精心构筑了一个仙侠气息浓厚的虚拟世界，为玩家提供了丰富的修仙体验和探索乐趣；
- 游戏经过研发测试预计2024年12月底进行首发大推。

面临营销困境及挑战

- 2024年，国风仙侠文化持续升温，竞争加大，同时也面临着IP价值放大、首发即爆等关键决策，急需一个可以迅速引爆市场的核心营销策略。
- 仙侠世界观同样需要特殊的营销策略进行价值输出。



新游首发营销目标

首发即曝×营销破圈×赛道影响力

1. **【核心TA触达，优先抢占市场份额】** 借助腾讯视频的广泛用户基础，增加游戏的下载量和注册用户。
2. **【破圈影响力&知名度持续提升】** 通过新游首发大事件进行影响力扩容，吸引更多仙侠题材爱好者关注《仙遇》手游。
3. **【强力塑造仙侠游戏标杆的品牌形象】** 通过一系列营销活动，强化《仙遇》手游作为高品质国风仙侠手游的品牌形象。



核心策略及创意亮点

腾讯视频代言人一站式整合营销服务

- 腾讯视频利用其强大的资源整合能力和内容营销优势，为《仙遇》手游提供了一站式整合营销服务，其中最为引人注目的便是成功邀请内地影视圈公认的古装仙侠女神李一桐担任游戏代言人。

代言人官宣大事件

2024年12月18日，腾讯视频通过其官方渠道宣布李一桐成为《仙遇》手游的品牌代言人，并发布了品牌TVC《让仙侠世界慢一点》的先导预告片，成功吸引了大量关注。

多维度资源助力公测上线

2024年12月26日，《仙遇》手游全平台正式公测，李一桐化身“九霄玄女”，与仙友们一同开启修仙之旅。同时，腾讯视频在多个平台进行了同步推广，包括微博、抖音等，进一步扩大了游戏的曝光度。

在公测期间，腾讯视频联合青时游戏推出了多项营销活动，如首周开服福利、李一桐专属定制时装赠送等，有效提升了用户的参与度和留存率。



媒介策略及执行落地

执行模式：艺人邀约 × 权益洽谈 × 内容拍摄 × 创意执行 × 整合宣发

- 本次《仙遇》手游代言人首发策略的高效执行完成，得益于腾讯视频强大的资源整合能力和内容营销优势，以及李一桐作为代言人的巨大影响力。通过精准的目标定位、创新的营销策略和高效的执行团队，为《仙遇》手游的长期发展奠定了坚实的基础。



新游首发成果及营销效果

1. **【品牌知名度显著提升】**通过李一桐的代言和腾讯视频的广泛推广,《仙遇》手游在短时间内迅速提升了品牌知名度,吸引了大量仙侠题材爱好者的关注。
2. **【下载量和注册用户激增】**公测期间,《仙遇》手游的下载量和注册用户均实现了快速增长,成功占领了国风仙侠手游市场的一席之地。
3. **【品牌形象深入人心】**通过一系列营销活动,《仙遇》手游作为高品质国风仙侠手游的品牌形象深入人心,赢得了广大玩家的认可和好评。

