

《电信悬疑九宫格》

- ◆ **品牌名称:** 中国电信
- ◆ **所属行业:** 通讯行业
- ◆ **执行时间:** 2023.03.20-04.20
- ◆ **参选类别:** IT及信息服务类

营销背景

- 随着千兆光网建设与家庭数字化的加快推进，家庭逐渐从娱乐中心变成生产力中心，教育、办公、贸易、VR娱乐、8K影视等业务成为日常，这就需要更高品质的家庭宽带网络服务。
- 电信推出千兆宽带具有网速快、信号稳、覆盖好等优点，“快”是区别于友商最核心的差异化竞争，也是该平面广告创作的初衷。

营销目标

以“千兆宽带”的“快”为前提的平面KV，创作一套轻体验、轻悬念的平面广告，通过平面让消费者从视觉上体验到极致的“快”，从而达到简单而深刻的效果。

品牌挑战

中国电信采用的是传统媒体（朋友圈广告、户外大屏、候车亭），如今线上媒体时代和视频媒体时代，平面并不受关注，也是造成本次需求的最大难点，传统媒体走过路过一掠而过，很难达到理想的传播效果。

项目洞察

- 信息爆炸的时代复杂的广告内容没有人喜欢阅读，简单的广告又留不下印象，形成了广告悖论，因此，轻阅读才最符合消费者的阅读习惯；
- 户外大屏、候车亭都是传统媒体，朋友圈也进入了传统媒体阶段，tvc太重、h5太繁琐，预算有限也不能分媒体创作，线上线下一张稿。如何让消费者又轻松又深刻的阅读我们的广告呢？

核心策略

轻互动、轻体验、轻悬念

- ①用最简单的平面，平面分解，片段式阅读，这样就同时符合线上和线下媒体的不同属性，又有轻松感和代入感，从图1到图9，有种截然不同的翻阅感受；
- ②户外大屏画面尺寸大，明亮的色彩加上视觉化上的“快到没影”能够吸引观众的注意，给消费者留下深刻的印象；
- ③候车厅一张平面分解成3张平面，有种阶段性的悬疑感，作为广告来说悬疑的答案不重要也不神秘，记忆点才是关键。

案例亮点

亮点一：

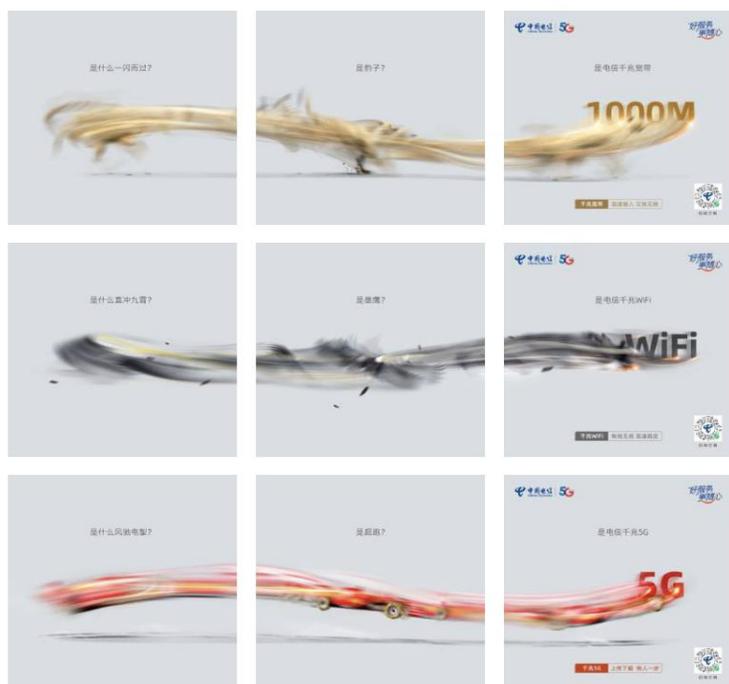
“快”的互动感、体验感是平面历史难题，通过延时摄影的方式把体验视觉化，让消费者有感同身受的“快”，小小创新解决历史广告难题。

亮点二：

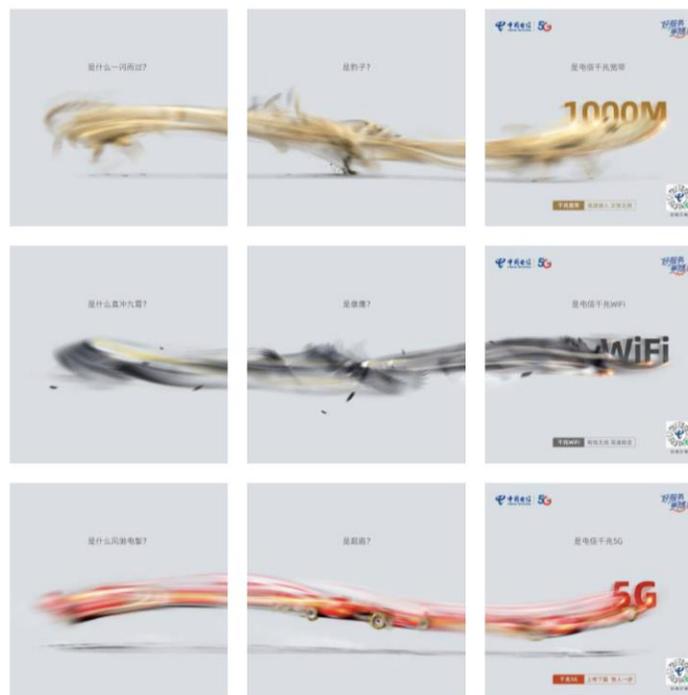
朋友圈九宫格动态化的视觉设计，创造出一种节奏感和悬念感，这种多样化的展示方式可以给观众带来新鲜感和变化感，增加层次感和趣味性，更加能吸引消费者的注意力。

朋友圈广告投放

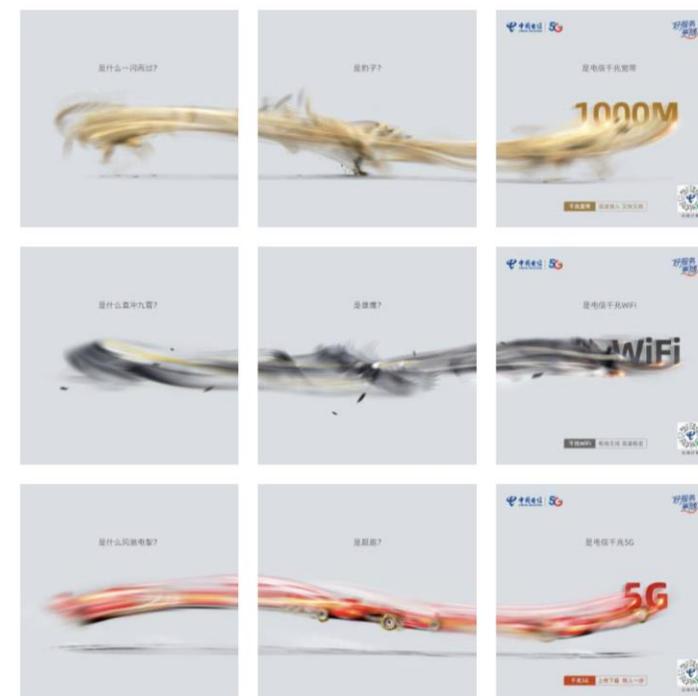
你觉得【快】是可以形容的吗？
是豹子的一闪而过？还是雄鹰直冲云霄时的身影？
又或者风驰电掣的超跑？
电信的千兆速度都能给你答案。



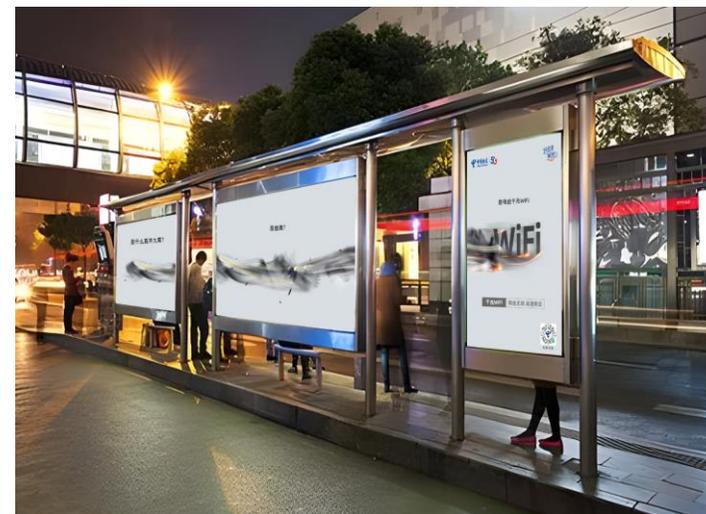
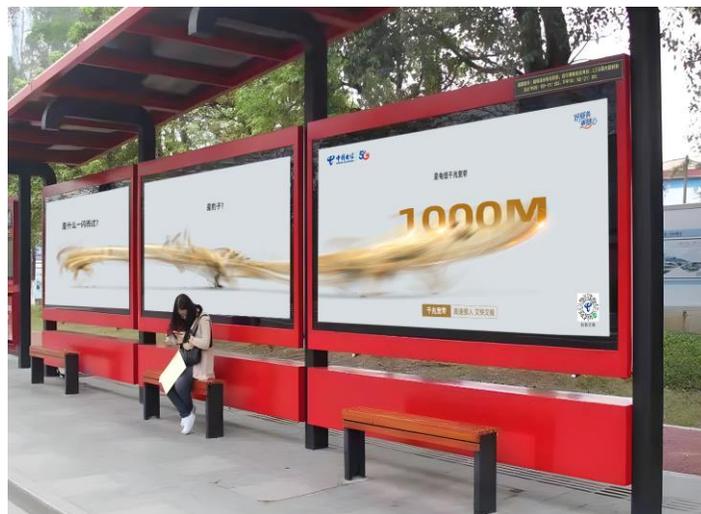
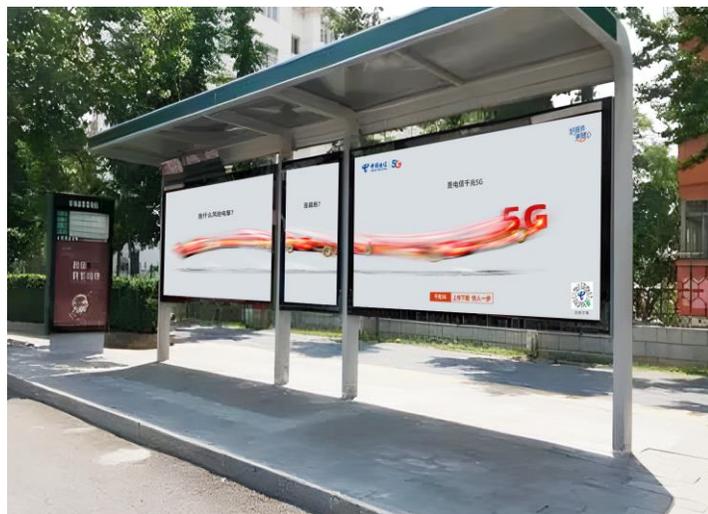
你觉得【快】是可以形容的吗？
是豹子的一闪而过？还是雄鹰直冲云霄时的身影？
又或者风驰电掣的超跑？
电信的千兆速度都能给你答案。



你觉得【快】是可以形容的吗？
是豹子的一闪而过？还是雄鹰直冲云霄时的身影？
又或者风驰电掣的超跑？
电信的千兆速度都能给你答案。



候车亭投放



案例效果

- 海南电信朋友圈广告、户外大屏、候车亭等投放渠道曝光量达**50万+**;
- 用户转发量与点赞数累积超**1万**次;

从用户转发评论的内容，及线下用户反馈来看，
本次创意宣传很好地提升了用户对“电信千兆宽带”品牌的认知度。