

西城男孩入驻视频号全球首场线上直播演唱会

- ◆ **品牌名称:** 微信视频号
- ◆ **所属行业:** 文化娱乐行业
- ◆ **执行时间:** 2021.12.01-12.31
- ◆ **参选类别:** 直播营销类

1.背景

微信视频号联合Westlife西城男孩，打造了跨越山海相隔中英两地的全球首场线上直播演唱会，通过经典曲目、首唱中文歌《平凡之路》迅速出圈，提升视频号的用户认知与好感度。

2.目标

- 1) 市场目标：打造西城男孩入驻+演唱会视频号的全民影响力
- 2) 业务目标：打造拉动视频号VV的全民影响力大事件，拉动视频号大盘VV和用户活跃，为后续同类内容打造标杆





【内容方面】

- 洞察当下特殊环境中大众的欣赏缺口，采用定制化线上演唱会形式满足用户的情感需求，打造国际团体观演新形态
- 选择与微信用户群体贴合度高的乐队，通过情怀杀激活微信直播用户活跃度
- 首唱中文歌彩蛋设置将情绪推至顶点，超出预期的表演内容直击观众情绪痛点，记忆中的英伦男团x情怀里的歌曲双重惊喜激发观演热情

【传播方面】

- 微信站内传播，私域裂变，利用微信生态具备的第一流量池优势，依靠朋友圈转发带来的刷屏效应达成上千万观看量
- 站外用户自发传播引爆微博，话题引发讨论
- 事件上升，主流媒体，卫视节目多环报道，提升了大众对品牌的认知

1. 通过氛围元素露出，精彩环节提示等细节，将传统演唱会塑造成，更适于手机直播语境下的线上演唱会。
2. 在甲方指导下，烘托彩蛋环节氛围，西城男孩首唱中文歌—《平凡之路》私域转发扩散刷爆朋友圈，引爆各平台沸点。
3. 直播间福袋设置、实时评论回复展现视频号直播产品功能，增强用户参与感，拉近社交距离。





1.直播主题 2.定制点赞



1.福袋 2.礼物送出 3.杂志



直播评论上墙



直播评论上墙



1. 协助甲方顺利直播，该项目打破视频号直播的新纪录，打造了西城男孩入驻+演唱会视频号的全民影响力。西城男孩唱《平凡之路》彩蛋环节将直播推上了新高潮，直播结束持续产生长尾效应，引发微博、微信社群等大量网友产出互动UGC。

2. 本场近6小时的直播奠定视频号国际巨星中国首场短视频全程直播演唱会的行业占位，直播间累计观看人次达到**2715.3万**，点赞数高达**1.64亿**，最高同时在线人数超过**150万+**，同时在线高峰值，相当于**100个“鸟巢”**同时开展线下演唱会。