

慕思之夜·少年有梦-视频号线上音乐会

- ◆ **品牌名称**：慕思
- ◆ **所属行业**：家居
- ◆ **执行时间**：2022.07.01
- ◆ **参选类别**：娱乐营销类-视听内容合作

- **项目背景**

6月23日，慕思健康睡眠股份有限公司正式在深交所主板挂牌上市，夯实行业龙头优势拉动品牌持续上行。为庆祝慕思股份A股上市，感谢“慕”后的您，举办许巍&萧敬腾直播音乐会。

- **实现的目的**

为品牌上市助力，放大传播效果，为品牌造势引流，最后拉动销售

- **遇到的困难**

①时间紧、突发情况多，从确认艺人到节目播出，仅仅历时20天

②因为北京市突发疫情，导致朝阳区成中高风险地区，为保证活动顺利执行，临时变更场地

③播出报批流程繁琐

传播链路

洞察&策略

线上全网曝光，视频号平台流量加持，粉丝圈层+社群裂变，实现音乐会现象级传播

传播渠道

6月25日直播预告

6月26日预约直播

6月26日直播中

6月27日收官

付费资源

朋友圈竞价广告
预约直播

朋友圈排期广告
进入直播间

慕思资源

慕思自媒体+经销商渠道
官宣预告音乐会

经销商渠道
转发直播

慕思自媒体+经销商渠道
收官发布

广东卫视

广东卫视自媒体+客户端
发布直播预约

自媒体+客户端
花絮发布

想象资源

艺人工作室+艺人超话发布
粉丝社群+高端社群+朋友圈+大V转发

音乐会刷爆朋友圈+社群
打造现象级朋友圈裂变

粉丝社群+大V等
后续发布

视频号

视频号直播推流加持

录制执行



媒介&执行

舞美呈现

媒介&执行



1.5亿+
全网总曝光

4760万+
付费资源 (32%)

朋友圈广告
(慕思直投)

竞价曝光：3490.4万人次
排期曝光：1270万人次

1.02亿+
免费资源 (68%)

想象资源
9800万

微信视频号推流曝光 5000万
粉丝社群+高端社群 1000万
微博艺人工作室+大V 2000万
广东卫视自媒体渠道 500万
用户分享社交裂变曝光 2200万

慕思资源：慕思自媒体+经销商 400万

传播数据——效果维度

效果&反馈

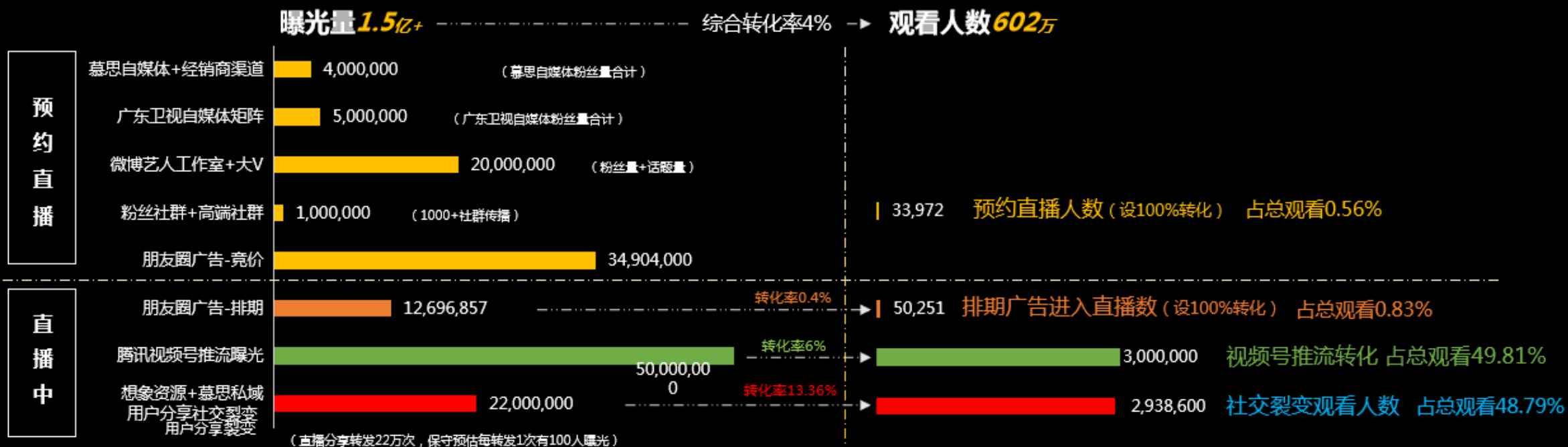
全网总曝光 **1.5亿+**，累计超 **602** 万人次观看，综合转化率 **4%**

直播前：全网曝光量（含朋友圈竞价）：**6490** 万次，**3.4** 万人预约直播（占总观看0.56%），转化率0.05%

直播中：朋友圈排期广告曝光：**1270** 万次，直接转化**5** 万人观看（占总观看0.83%），转化率0.4%

微信视频号推流曝光：**5000** 万次，预计转化**300** 万人观看（占总观看49.81%），转化率6%

想象资源+慕思私域+用户分享社交裂变：**2200** 万次，预计转化**294** 万人观看（占总观看48.79%），转化率13.36%



效果总览

效果&反馈

火热开播 强势破圈

慕思之夜 少年有梦

全网总曝光 **1.5亿+**

累计超 **602万** 人数观看

付费流量 微信朋友圈广告 4760万
(占比32%)

直播间点赞互动超 **1304万**

免费流量 1.02亿 (占比68%)

- 慕思自媒体及经销商 400万
- 微信视频号推流曝光 5000万
- 粉丝社群+高端社群 1000万
- 微博艺人工作室+大V 2000万
- 广东卫视自媒体渠道 500万
- 用户分享社交裂变曝光 2200万

直播分享转发超 **22万**

粉丝评论超 **13万**