

# 一起趣探「元」 玩点不一样 迪思虎年中秋NFT营销

- ◆ **品牌名称:** 迪思传媒
- ◆ **所属行业:** 营销传播
- ◆ **应用平台:** 小程序 / 像数社
- ◆ **执行时间:** 2022.08.10-09.10
- ◆ **参选类别:** 元宇宙营销类-数字藏品营销奖

当下“元宇宙”持续升温，也成为品牌争夺年轻消费者的新主阵地。

迪思传媒作为专业的全链路营销服务集团，持续为大量头部客户提供营销服务，也从内容/技术/公域/私域等方面积极布局元宇宙营销，完成AR/MR/NFT/虚拟人等方面的资源积累，在元宇宙“人货场”三个层面，即虚拟数字人、数字藏品、沉浸式虚拟互联场景方面展开营销探索实践，携手品牌打造元宇宙营销案例，加速内容价值在元宇宙时代的释放。



虚拟数字人



沉浸式  
虚拟互联场景



数字藏品

在数字藏品营销方面，迪思首次在业内提出“**3 + 3 x N**”的数字藏品营销模式，即：通过3条路径（品牌自创、购买原生、跨界联名），面向3类价值对象（品牌、产品、用户），采用空投/发售/盲盒/共铸、购买激励、电商直播、创世徽章、抽奖赠送等 N 种创意玩法，实现数字藏品的价值营销。

# NFT 营销公式 = 3 + 3 × N

**路径**

品牌自创、购买原生、跨界联名

**价值对象**

品牌、产品、用户

**创意玩法**

发售+购买激励+电商直播+盲盒+徽章纪念+抽奖...

- **链接情感，创新营销：**以在虎年中秋“玩点不一样”为主题，迪思基于自创 IP 铸造数字藏品，开发专属互动小程序，邀请“迪思的朋友们”进行数字藏品领取等元宇宙体验，同时送出迪思祝福，实现节日营销新玩法。
- **释放信息，展现实力：**借助中秋节热点，以轻松愉悦的方式释放迪思探索元宇宙营销的信息，深化行业对于迪思「**数字时代的品牌建筑师**」定位的认知，向专家、客户与合作伙伴展示迪思敏锐洞察营销趋势的敏感力，以及在营销传播、创意设计、元宇宙技术应用等方面的专业能力。
- **活动预热，邀请参与：**由中国国际公共关系协会公关公司工作委员会和中国商务广告协会内容营销专业委员会主办的第七届中国内容营销高峰论坛（CCMS 2022）即将于9月22日举行（现已因疫情防控原因延期至10月27日），作为活动承办方，迪思希望借此时机邀请更多专家学者广告主参与，共同探索元宇宙营销。

- **基于原创 IP，首发行生3D形象数字藏品**

以广受好评的原创「Twins虎」形象为基础，衍生中秋特别版3D形象——DEE，作为迪思探「元」穿「月」的领航员，并面向“迪思的朋友们”首发其数字藏品。

- **增强互动，沉浸式体验探「元」穿「月」行动**

打造一对一定制的「玩点不一样」中秋专属小程序，通过视觉动画和强互动体验，吸引用户在领航员 DEE 的带领下，领取穿「月」装备，沉浸式体验穿「月」行动。

- **虚实结合，打破NFT单一线上权益认知**

用户完成完整体验之后，不仅能在线上获得限量NFT，还可获得线下中秋盲盒以及CCMS 2022隐藏版门票，赋予NFT更多线下权益。

## 策略

### IP 原创化，增强中秋活动专属性：

采用迪思传媒原创IP领航员DEE的形象铸造数字藏品，打造迪思传媒专属中秋系列活动；通过迪思传媒独立打造的数字藏品营销案例，传递迪思传媒开始探索元宇宙（探「元」计划）的信息。

### 故事情景化，提升沉浸互动体验性：

为领航员DEE赋予穿「月」行动的情景故事，通过一系列互动，吸引大家在中秋佳节体验「玩点不一样」的中秋专属小程序。

### 权益延续化，探索营销更多可能性：

赋予NFT中秋盲盒、隐藏版门票等更多线下权益，利用数字藏品的稀缺性、高热度等特点，吸引用户参与的同时，为接下来的线下活动预热引流。

## 实施步骤

### Step1 原创IP设计 升级虎年Icon新形象:

以不畏艰难、勇于探索的迪思虎形象为基础，打造原创 IP 形象 DEE，作为迪思传媒的虎年全新Icon。



## Step2 NFT设计&铸造上链:

在 DEE的基础上，融入更多航天等热门元素，打造全新领航员DEE的形象，上链铸造成数字藏品，获得哈希值及唯一藏品编码，增强NFT的稀缺性。





## Step3 打造专属体验平台 植入穿「月」故事情节:

1. 邀请用户体验「玩点不一样」互动小程序，用户打造定制化小程序体验邀请页面，进行一对一邀请，体现对迪思对朋友们的高度重视，彰显迪思传媒「客户第一」的品牌文化。
2. 体验中植入穿「月」行动情景故事，在领航员DEE的互动提示及视觉效果冲击下，领取限量版NFT、中秋盲盒、2022CCMS隐藏门票等穿「月」装备，体验完整穿「月」行动故事情节的同时为接下来的线下活动进行预热。



## Step4 延续NFT线下权益 打造中秋专属盲盒：

基于小程序设计灵感，打造中秋专属盲盒，为NFT赋予更多线下权益。



**超高完整体验率：**小程序上线一周，客户体验率达 85%，其中 99% 的客户完成了全部体验，好评率 90%+。

**有效链接客户情感：**通过原创IP数字藏品与专属互动小程序，有效触达客户群体，链接情感，为节日创新营销提供了新思路。

**突破传统节日营销：**打破传统祝福形式，全面释放了迪思传媒布局元宇宙的信息，解锁了更多数字藏品的新玩法。

**成功预热活动：**实现2022 CCMS高效预热，借中秋佳节，定向邀约数位行业大咖、知名品牌主等业界权威代表。

**持续探索新可能：**迪思未来还将携手更多国际知名品牌玩转元宇宙营销，探索元宇宙内容营销的更多可能。

