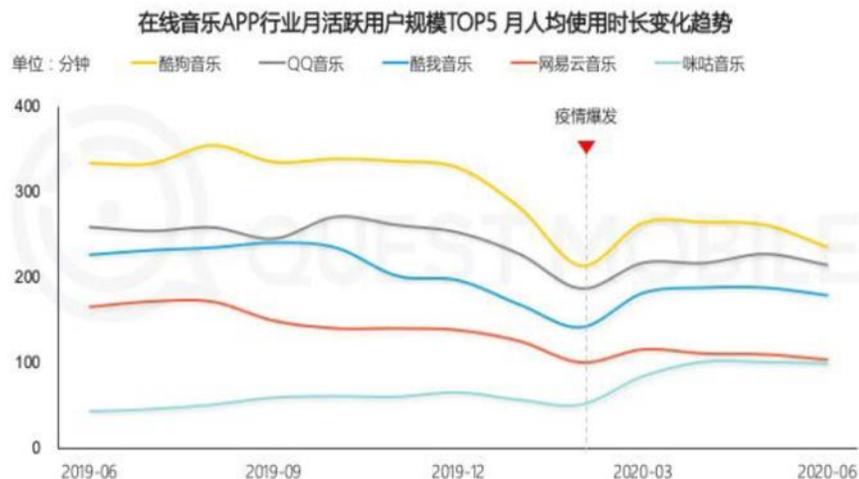


# 天翼爱音乐 打造IMUSIC特色音乐平台的百万日活

- ◆ **品牌名称:** 天翼爱音乐
- ◆ **所属行业:** 运营商
- ◆ **执行时间:** 2022.07.10-至今
- ◆ **参选类别:** 效果类-效果广告

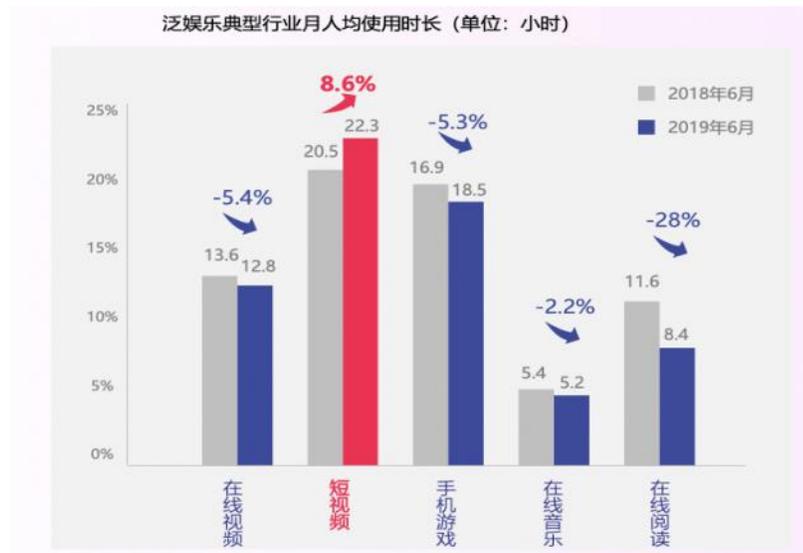
## 市场现状： 数字音乐行业受短视频冲击，时长面临下滑趋势，用户规模增速缓慢

□ 在线音乐头部APP在疫情后有所回升，但受短视频等其他娱乐形式冲击，时长仍面临下滑趋势



——数据来自《QuestMobile中国移动互联网2020半年大报告》

□ 用户的泛娱乐休闲时间正在向短视频转移



——数据来自《QuestMobile TRUSH中国移动互联网数据2019年6月》

- 短视频成为时间“黑洞”抢占用户时间，在即时通讯、综合资讯、在线视频、综合电商等中，时长份额接近20%，成为仅次于即时通讯的第二大行业

## 抖音、快手以音乐为切入点，搭配舞蹈、表演等内容创意表达形式与数字音乐目标客户画像高度吻合

8亿用户参与音乐+视频创作，形成海量内容与话题，快速攻占**社交音乐视频**用户



**技术、内容、流量...领先  
且同样具备社交属性**

热门歌舞

AI特效

海量模板

隐藏的  
挑战



**爱音乐——  
热门视频彩铃**

**优势：**基于运营商技术，可深耕存量

**劣势：**内容和无法正面开展竞争

**深层威胁：  
传统社交语音电话使用量逐年下滑**

## 项目目标:

持续提升用户服务及体验, 做好存量及新增用户的精细化运营, 进而提升爱音乐产品粘性和付费转化率, 需要搭建专业的运营支撑团队, 对**爱音乐小程序、客户端、云赏APP及小程序**等产品进行运营和推广, 打造爱音乐私域流量生态, 实现用户规模和收入双增长。

**月活用户**  
**150万户/月**

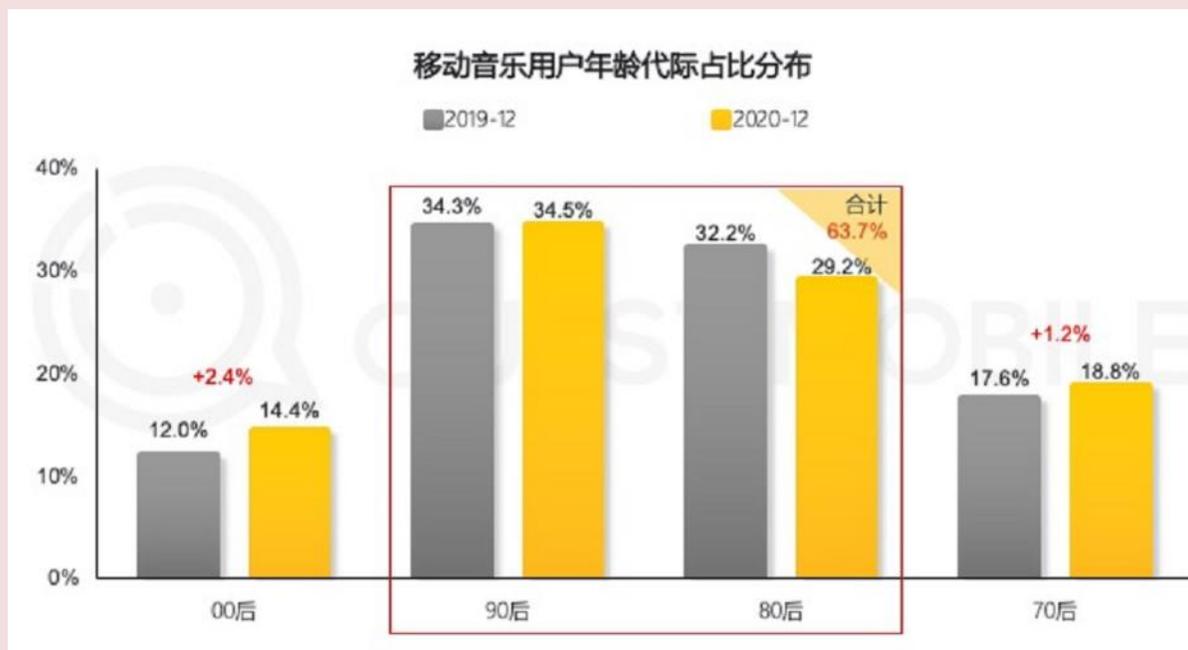
**云赏用户**  
**80万户/月**

**换铃用户**  
**10万户/月**

**付费用户**  
**8000户/月**

# 目标人群分析：付费音乐市场，Z世代已成为主要消费群体

□ 24岁以下Z世代群体（28.5%占比最多）与36-45岁中年群体为主要收听者



数据来源：易观分析《2020年中国音乐市场年度洞察》

□ 主要集中在一线及超一线城市，以东部沿海发达省份为主



□ 中高消费人群占比超过50%，具有一定消费能力



# 聚焦音乐+视频模式，开展内外渠道推广

## 内部渠道-精准用户群

### 1、优质内容触动

利用自有平台的流量优势和精准用户群，主题活动实现转化

活跃  
+  
升级

换铃  
活跃

价值

新增  
用户

收割

电信存量用户

拉新  
+  
引流

## 外部渠道-“利”字当头

### 2、利趣结合吸引

以利益点引诱配合简易互动，设计简单高利诱捕获用户心理

服务

需求

续约  
用户

为平台汇聚**用户与流量**

## 投放策略:

结合品牌产品营销传播策略，以核心业务为主，分渠道定位目标群体，以渠道偏好分析时间段及内容优化进行精准投放，实现增效降本。

### 内容策略

明确规则，及时分析优化  
防止被折叠隐藏，影响投放效果

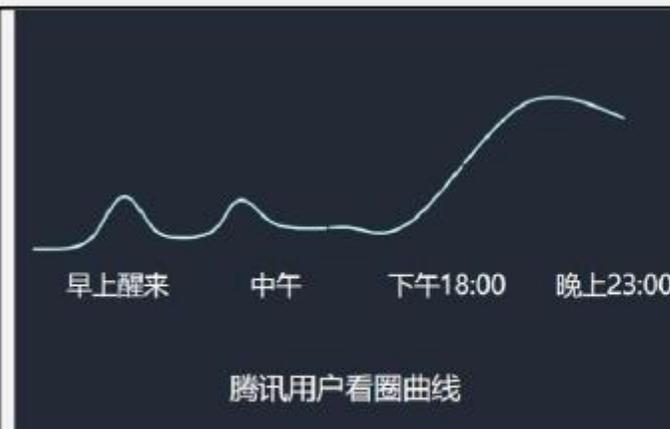
准备多组图文，在文字顺序、图片结构方面做差异化处理，先做小范围投放测试，挑选效果最好的，再大范围正式投放。

转发文案字太多/行数过多，超过200字/超过6行等，会被折叠显示。

每轮投放后及时收集对比投放转化数据，并在下一轮投放针对性优化。

### 投放策略

看好时间，定向人群投放  
把握住用户高峰阅圈期投放



**早上7:30~9:00**  
紧张上班，地铁公交碎片时间

**中午12:00~13:30**  
午休，放松精神，娱乐八卦

**下午18:00~20:00**  
下班，地铁公交碎片时间

**晚上20:00~23:30**  
休闲，放松脑袋，娱乐八卦

\*一般来说，晚上8点后更有时间和精力，做大额消费的决策

## 媒介应用的优化与组合

微信朋友圈+微信公众号+QQ浏览器+腾讯新闻+腾讯视频



微信朋友圈+微信公众号+小程序组合，点击率>2.5%

## 媒介应用的优化与组合

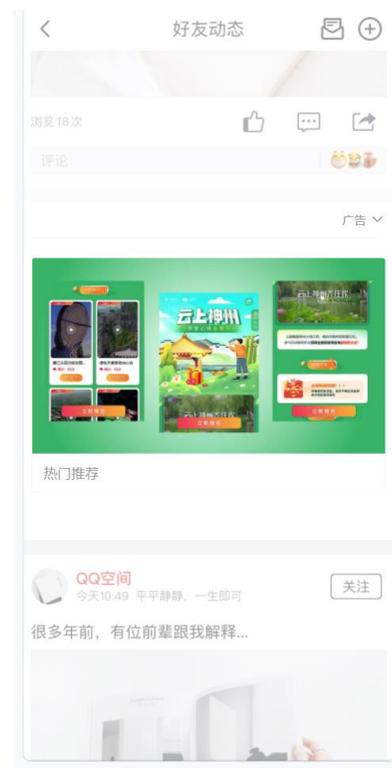
### QQ浏览器+腾讯新闻+腾讯视频+腾讯音乐



腾讯生态覆盖休闲族爱音乐人群目标人群2.7亿人群

## 媒介应用的优化与组合

### QQ浏览器+腾讯新闻+腾讯视频+腾讯音乐



腾讯生态覆盖休闲族爱音乐人群目标人群2.7亿人群

## 媒介应用的优化与组合



产品投放落地页，分类创意配合互动形式实现提升转化率**20%**



## 如何运用数据调控过程和优化策略?

人口学 > 基本信息 > 年龄

已选择 18-24 25-29 30-39

Q 请输入

- 18-24
- 25-29
- 30-39
- 40-49
- 50及以上

用户行为 > 行为兴趣意向 > 兴趣

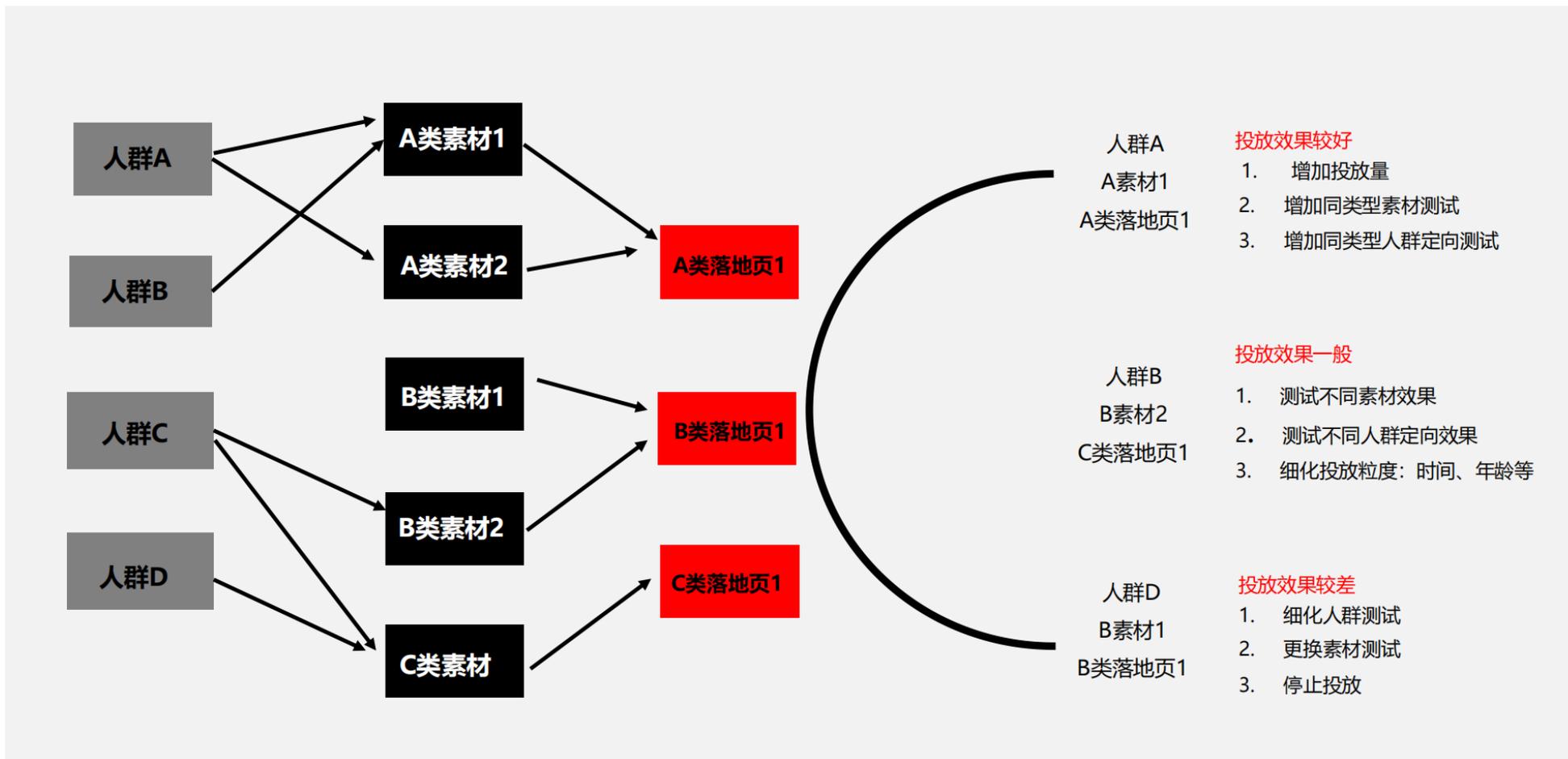
已选择 音乐爱好者

Q 请输入

<input type="checkbox"/> 美妆重度用户	<input type="checkbox"/> 影迷 (按地域)	<input checked="" type="checkbox"/> 民间音乐与传统音乐迷
<input type="checkbox"/> 美容美体达人	<input type="checkbox"/> 影迷 (按地域)	<input checked="" type="checkbox"/> 流行音乐迷
<input type="checkbox"/> 3C发烧友	<input checked="" type="checkbox"/> 音乐爱好者	
<input type="checkbox"/> 运动达人	<input type="checkbox"/> 综艺爱好者	
<input type="checkbox"/> 保健达人	<input type="checkbox"/> 演出爱好者	
<input type="checkbox"/> 游戏爱好者	<input type="checkbox"/> 文艺爱好者	
<input checked="" type="checkbox"/> 休闲族	<input type="checkbox"/> 宠物爱好者	
<input type="checkbox"/> 资讯控	<input type="checkbox"/> 直播重度用户	

AB测试后, 匹配**18岁-39岁**爱音乐人群, 点击率提升**10%**, 付费率提升**15%**

## 如何运用数据调控过程和优化策略?



根据转化归因策略, 人群、素材、落地页AB测试, 优选投放效果好的方案, 降低推广成本**30%**

180万

月活用户

8000+

付费用户

10万+

换铃用户

15%↑

付费转化

30%↓

成本