

网易云音乐校园歌唱赛活动策划案



一. 活动介绍

1.活动主题：

寻找舞台，寻找我的音乐

2.活动目的：

提升网易云音乐在学生群体中的品牌知名度,拉新用户。

一级活动目的：让用户了解网易云音乐品牌

二级活动目的：让用户下载使用网易云音乐APP

三级活动目的：挖掘原创音乐和歌手资源

3.活动对象：

林科大校园内活跃度高，喜欢新鲜事物，追求音乐时尚，喜欢互动展示的大一到大四的大学生

4.承办单位：网易云音乐赞助+校园学生会+粤语歌唱协会

5.活动描述：

● 活动时间：

4月1日——4月2日活动前期预热

4月3日——4月10日林科大学学生可以报名参加线上3分钟歌唱视频初赛录选

4月11日——4月16日每次每人在小程序或APP上投3票喜欢的歌手

4月17日公布初赛林科大最喜欢的十大歌手，并安排后期现场决赛歌手名单

4月18日——4月20日通过宣传转发和集赞争夺现场观众名额

4月21日晚网易云音乐校园十大歌手冠军决赛

● **活动地点：**

前期线上微博公众号，网易云音乐APP为主，后期线上线下结合，在林科大体育馆现场决赛

● **活动内容：**

A. 活动前期预热：

a. 校园微博后台的评论满58个赞的送30元现金；校园官方公众号，校园学生会和粤语歌唱协会的公众号里面活动预热文案的留言板，评论点赞满58的用户送30元现金。

b. 规则：截止日期是4月2号的下午5点。当天下午6点线上公布幸运留言用户，现金领取由公众号和微博后台人员直接联系。

B. 活动报名：

a. 歌手在任意的微信H5，公众号文案，校园微博链接，社群的裂变海报，横幅的二维码，线下摊位的咨询，传单上的二维码等都可以注册网易云音乐APP后报名和上传3分钟歌唱视频，成功后获得价值199元的头戴式蓝牙耳机和1个月的网易云音乐免费会员优惠码。

b. 规则：截止时间是4月10日晚上10点。视频作品需要在200M以内，一旦上传不能删除取消；歌唱视频内容需正能量；歌唱视频内容不得超过3分钟。

C. 初赛投票：

a. 每人每次可以在小程序和APP上有3票投票权，将投票活动转发到朋友圈，微信社群等（1个渠道多1次投票机会）可以再次投票，APP投票的用户有机会抽奖获得价值29元的马克杯（1次投票=1次抽奖机会）

b. 规则：截止时间是4月16号晚上11点。其中3票可以是投票同1个歌手，也可以是3个不同的歌手。抽奖概率是1%，4月17号早上9点APP公布幸运用户。

D. 决赛名单公布

4月17日中午12点

E. 决赛入场券发放

a. 观众在朋友圈，QQ空间，微博等社交平台发布最喜欢的歌手海报和对他21日现场决赛的寄语，点赞集齐20个，截图就可以到校园

公众号平台换取决赛现场电子入场券，同时到达现场的观众可以限量200人派送价值39元的网易云音乐毛绒公仔。

b. 规则：宣传转发活动截止日期20日晚上7点，决赛现场入场券600张，毛绒公仔限量派送200个。

F. 决赛现场安排：

决赛时间：4月21日18点30分到23点

现场设备：网易云音乐赞助提供了和《我是歌手》同等级别的音响设备，为大赛专业性保驾护航。

大赛工作人员：粤语歌唱协会15人，校园学生会15人，网易云音乐工作人员3人

比赛赛制：10位决赛歌手抽签制出场歌唱表演，实时开通投票通道让网上观看直播的网民和现场观众投票，最终前3名决赛歌手可以获得丰厚礼品。

奖励制度：第1名冠军获得者代表林科大参加区域赛，并且获得3000元的现金，价值999元的三音云音箱和林科大的网易云音乐校园大使资格。第2名亚军获得者获得2000元的现金和价值999元的三音云音箱。第3名季军获得者获得1500元的现金和价值999元的三音云音箱，现场送。

创意1：观众可以在现场通过网易云音乐APP为1位决赛选手投1票，可以通过专属链接拉更多的人注册APP投票，选手的排名和观众的投票密切相关，（1次投票=1次抽奖机会），有机会抽奖获得价值129元的无线蓝牙耳机，概率是1%。比赛结束现场公布幸运观众，后期邮寄送达观众手中。

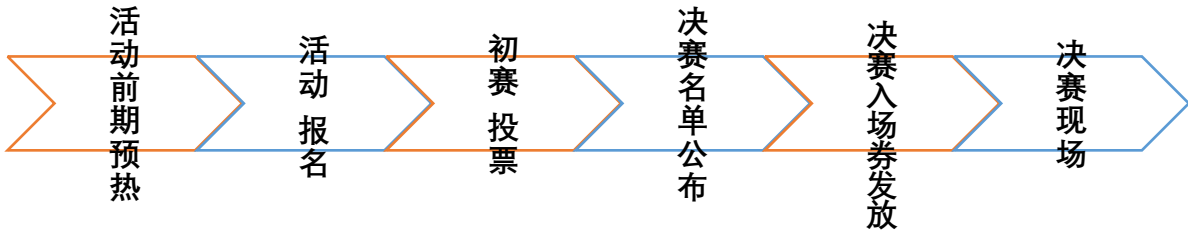
创意2：另外比赛视频搬到网易云音乐APP的LOOK直播，千万用户在线观看视频，输入弹幕内容，欢乐评论，同时还可以在大屏幕显示弹幕内容，活跃气氛。

创意3：上传现场活动照到朋友圈，QQ空间，微博等社交平台带话题“寻找舞台，寻找我的音乐”集赞38个可以当晚结束后到现场承办方的后台，凭借截图获得价值15元的1个月的网易云音乐会员优惠码。

创意4：中间加入现场观众互动环节，由主持人现场通过**微弹幕**抽取3名幸运观众获得价值55元的潮流系列便捷式风扇，现场派送。

6.活动流程示意

图



二. 投放渠道：

{线上}：

微信公众号：校园官方公众号和学校学生会公众号的推文，粤语歌唱协会公众号的推文

裂变平台和工具：微信H5，朋友圈，QQ空间，社群的裂变海报

系统内：网易云音乐小程序，网易云音乐APP的push信息，APP的banner广告位，APP的打开页弹窗

其他平台：校园微博，班群，老乡群，社团活动群

{线下}：

2个线下的摊位咨询，2条校道横幅，5000张传单，10张海报等

三. 活动风险：

风险预案			
风险阶段	活动风险	风控策略	应对措施
活动前期预热	宣传不到位，文案阅读关注量少	增加宣传投放渠道	增加班群文案转发
		调整文案的内容	更换文案的投放并且及时数据反馈
活动报名	线上服务器崩溃	加大测试力度	通知开发和运维人

			员解决
	线下引导用户下载APP落实不够好	即时专业培训	由运营人员专业培训及说明任务目的
	报名歌手对操作流程不熟悉	及时调整文案和收集反馈	即时调整文案说明报名流程操作和收集用户反馈
初赛投票	线上投票页面调转慢	加大测试力度	通知开发和运维人员解决
	投票的操作难度大	与技术部及时沟通	与技术人员沟通改成简单的投票操作
决赛名单公布	系统临时崩溃不能公布有效数据	做好公关和紧急运维	及时在各渠道通知情况并及时运维
决赛入场券发放	后台人员不能及时发放电子入场券	做好分销发放入场券的准备	可以后台设置截图即时发送有代号的入场券
	公仔奖品不能及时送达现场	及时更换奖品	及时与物资人员沟通更换公仔纪念卡，后期集中兑换
决赛现场	技术人员觉得专属链接的需求报告不具体	及时和技术人员沟通	与技术人员沟通专属链接的作用和要达到的效果
	APP的LOOK直播出现不能进入情况	及时和技术人员沟通	加大运维和测试力度
	中间的微弹幕的互动氛围尴尬	活跃气氛	增加互动的签到，抽红包等活动
	现场设备出现问题	后台人员及时调整	及时向观众说明情况并且稳定气氛
	用户对抽奖和投票礼品获取途径不清晰	主持人说明和公布名单	主持人活动结束后说明和公布名单
	选手临时状况不能到位	与场控人员沟通调整出场次序	与场控人员沟通调整出场次序

四. 成本预估：

成本预估表：

成本类型	名称	单价/元	数量	总额
物料成本	横幅	10	2	20元
	海报	1	10	10元
	易拉宝	30	2	60元
	传单		5000	130元
	双面胶透明胶	3	3	9元
人力成本	微博公众号设计运营人员		8人	人员流动分配，成本大概3000元
	线下摊位人员		6人	

	现场工作人员		35人	
人情成本	网易云音乐赞助			总共32324元如下
	50元现金	50	8	400元
	199头戴式蓝牙耳机	199	60	11940元
	1个月网易云音乐会员	15	80	1200元
	马克杯	29	10	290元
	毛绒公仔	39	200	7800元
	无线蓝牙耳机	129	8	1032元
奖品	便捷式风扇	55	3	165元
	决赛现金			6500元
	三音云音箱	999元	3	2997元
总计	35553元<4万			

五. 监测指标:

◆ 活动前期预热方面

微博活动预热文案的阅读数, 转发量, 评论数, 点赞数

校园官方公众号, 粤歌协会公众号, 学校学生会公众号的活动预热文案的阅读数, 转发量和评论数, 点赞数

◆ 活动报名方面

H5阅读量, 转发量, 跳转注册APP率, 有效报名数

社群裂变海报转发量, 跳转注册APP率, 有效报名数

校园微博的转发量, 跳转注册APP率, 有效报名数

横幅二维码的跳转注册APP率, 有效报名数

线下摊位的报名数, 有效报名数

校园官方公众号, 粤歌协会的文案的阅读数, 转发量, 跳转注册APP率, 有效报名数

◆ 初赛投票方面:

小程序页面阅读数, 小程序转发量, 小程序跳转注册APP率, 每个IP有效不重复投票数, 有效总投票数

◆ 决赛入场券发放方面:

校园公众号后台截图上传数, 现场观众到场数

◆ 决赛现场方面:

现场观众弹幕数, 网民弹幕数, 直播观看量, APP投票页面阅读数, 有效投票数

六. 活动预期:

活动效果预估:

✧ 预热文案总阅读数3000,
预热文案评论数1000 (转化率1/3)
✧ 摊位咨询人数, 活动报名文案阅读数, H5阅读数, 裂变海报阅读数共12000
其中, 摊位咨询人数300, 活动报名文案阅读数7000,
H5阅读数3000, 裂变海报阅读数1700
活动报名跳转注册APP120, 转化率, 1%
有效报名数60转化率5%
✧ 小程序投票页面阅读数6000
小程序跳转注册APP4800, 转化率80%
✧ 有效总投票数4200
每个IP有效不重复投票数3000, 转化率71.4%
✧ 截图到后台拿入场券的人数: 850
真正拿到入场券的人数: 600, 转化率70.58%
到达现场观看决赛的人数: 480, 转化率80%
现场弹幕数400, 转化率47.05%
✧ APP决赛投票页面阅读数700
有效投票数560, 转化率80%
✧ APP直播观看量1.2万
网民弹幕数5000, 转化率41.6%

活动收益预估:

网易云音乐APP激活用户: 6000人
潜在的消费者群体: 4000人
品牌曝光度: 25000+次
收获原创音乐人: 5人
收获原创歌曲: 5首