

全民关注的热点事件 创意物料玩法

目录

01 随着时事变化的创意变化

02 用户行为预测与创意存储

03 全民关注的热点事件玩法

01

随着时事变化的创意变化

2020年开年大事件，行业影响分析



线下业务被延缓

房产线下停工
旅游线下停业
医疗线下停诊



线上业务迎爆发

教育线上开课
游戏线上火热
软件线上受宠



B端和C端诉求

用户看安全健康
企业求复工便利
宅家生活工作用

房产家居创意变化

01 物料方向

站在企业的角度，结合突发情况，从“足不出户观效果、线上咨询装新家、线上下定享优惠”出发，物料和落地页突出无接触，预约装修修服务。企业给到的优惠促销手段以及便利服务方式。

方向一

足不出户观效果

特殊时间，足不出户，搞定装修。

方向二

线上咨询装新家

线上装新家，无需面对面。

方向三

线上下定享优惠

装修修服务，轻松焕新家。

02 图文



宅家也能看样板 定装修

搭配颜色

设计方向：不出门方向——足不出户，感受家的温馨舒适，图片的话还是以房间装修成果图为主。



线上0接触，轻松聊装修

搭配颜色

设计方向：基于家装行业引流展的流程特点，建议客户延伸线上逛展，线上咨询，线上下定的服



·线上咨询全屋服务，客户管家在线答疑

搭配颜色

设计方向：1、无接触，预约装修修服务。2、假期结束就施工。

03 落地页



04 总结分析

(数据来源2020/1/30-31; 2020/2/11-12)

对比消费增长：
122.87%

对比展现增长：
514.07%

对比点击增长：
290.25%

对比成本下降：
42.89%

落地页：头图 中“宅家”“筑家”主题，直白地展示了突发事件期间的活动内容，让客户能够安心装修。线上案例赏析、线上沟通设计、工艺专人讲解、签约下订单有豪礼

物料根据突发事件发展，灵活调整装修策略，有效提高了账户的消费金额、展现量和点击次数，且成本下降近5成，综合以上数据来看，投放效果较好。突发事件期间，就目前这三类方向的物料也在逐步向同行业公司映射。

教育服务创意变化

01 物料方向

在突发事件情况下，线下教育显然难以立即开展，为了有效控制疫情，政府鼓励线上教育，在家上课，更鼓励教育机构加快线下教育转站线上，在这种刚需的背景下，进行投放建议

政策响应

延后开学时间延后，鼓励市民少聚众，宅在家，少出门。

停课不停学

为了教育不受影响，鼓励师生停课不停学

线下转线上

师生通过直播课的形式进行授课和学习

线上教育

线上教育成为“刚需”，免费送课，优惠福利成为投放模式的主流

02 图文

关键词：心系突发事件 大爱奉献



物料体现关怀关于支援武汉的医护人员的子女可享受免费学习的政策

关键词：线上教学+免费送课



物料体现足不出户还能享受免费的学习课程的双重福利

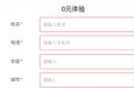
关键词：系列课程+云课堂



在这段特殊时期家长不必出门在家陪孩子，为家长和孩子准备了系列亲子课程与兴趣启蒙结合云课堂在线授课

03 落地页

突发事件之前落地页



设计配色：红色+橙色
橙色，红色表达温暖，大环境下的关怀文案方向：强调“停课不停学”“线上教学”“足不出户就能学”“宅家不无聊”等的方向出发；以“通知”类文案传达特殊时期教育行业的新政

突发事件之后落地页



04 总结分析

2020.2.10-2.13对比
2020.2.3-2.6日数据

展现量

+167.9%

点击量

+241%

消费

+82.3%

转化率

2.27%

展现量与点击量均有明显增高，从目前投放数据来看，消费提升82.3%，转化率提升2.27%。

通信行业创意变化

01 物料方向

延迟复工
除了公共事业运行必需，
和群众生活必需其他行业
一律延迟复工

提高效率

在线上办公的模式下，远程办公软件成为提高工作效率的手段，受到追捧

技术支持

在现在5G等通信技术的
支持下，让实现线上办公
并稳定高效成为一种可能

02 > 图文

关键词：90天免费体验



办理400账号
企业属性比较清晰
提升企业形象建立品牌

用90天免费体验作为卖点，吸引用户进行使用试用

14年行业经验，500强企业指定，上市公司战略合作伙伴
 更丰富货源、高性价比套餐，就在商客通

—— 开通优惠 ——

现在办理有机会获得
 iPhoneX / 京东卡 / 保温杯

立即办理

高性价比优惠套餐，丰富货源来吸引用户意向客户；用好礼相送吸引潜在客户，全面介绍卖点，吸引客户

03 落地页

关键词：在家办公 / 商客联系 / 快速响应
设计配色：黄色+蓝色
蓝色表达专业，体现可信度高；
文案方向：突出关键时期，信任比黄金更宝贵，400是如何获得客户信赖的

关键时期 信任比黄金更宝贵

办400靓号

— 把握企业可信度 就现在 —

权威性

高效性

回报率

— 预置信息抢占90天免费体验名额 —

名称有限 限时抢占

姓名 (已加密)*

手机 (已加密)*

立即抢占

— 办400电话 为何选400 —

上市企业更有保障

每个企业都能用机, 让上市企业为您护航,

更安全, 更靠谱! 836521

号码全价优惠

可拨打4000、4001、4006、4007、4008

4009号全号段号库, 数量性价比高

提速速度快30%

真人接听与智能语音, 主叫自由选择, 为您节省每一个商机! 限时抢占

“营商环境下 每一个人提防心增加”

04 总结分析

2020.2.10-2.13对比
2020.2.3-2.6日数据

展现量	+16.2%
点击量	+3.31%
消费	+101.4%

商务服务创意变化

01 物料方向

站在企业的角度，结合当下突发事件，从“攻坚克难”“共度患难”出发，物料和落地页突出企业遇到的困难，怎么解决这些困难。

免费筹划

突发事件期间物料，针对不同的业务点推出免费活动

文案关怀

众志成城，共度患难，增加企业与用户的联系，放下戒备心

低利率

对比形容词文案，直观的数据，更能展示专业性

痛点引入

突发事件期间，公司财务收入受到巨大影响，合理节税当务之急

02 图文



应用策略

免费筹划

合理节税

颜色搭配

配色稳重，呼应国请，充满希望。

物料及落地页分析

以“免费筹划、税率低”“合理合法”为优势点，加持数据化展现，体现企业的专业度，从而刺激用户点击，进一步了解落地页重新整合，颜色以蓝色为主，专业又坚定，头图开篇点出“企业面临的危机”，丰富“免费筹划，合理节税”的优势。增加“成功案例”等，突出企业实力

03 落地页



免费领取税务筹划方案
特殊时期 同舟共济

立即提交



免费税务筹划方案

04 总结分析

物料点击率

+0.73%

平均点击价格

-0.22

提交表单

100左右

转化成本

低于120

推出“免费筹划”，吸引了用户的点击。
日消费增加1万。

总结分析：

- 1, **实场景化构图**，更有利于拉近与客户的关系，增加转化，**多关注政策，实时更新物料**
- 2, 商服类行业，主要以服务企业为主，分析企业的当下痛点，例如“**财务损失**”“**时间成本**”**细致到数据化**，及时运用到物料中
- 3、人文关怀，企业想做好，**树立专业的形象**是必要的，顺势推出“**优惠活动**”，更能抓住人心
- 4、**增加可办理的业务点**，页面中适当增加概括性的业务点，获客范围也会随之增加

02

用户行为预测与创意存储

洞见

@人民日报
REUTERS

**13地
新增确诊病例
零增长**

2月19日0-24时，上海、江苏、辽宁、福建、山西、贵州、宁夏、云南、青海、新疆、西藏报告无新增新冠肺炎确诊病例；19日8时—20日8时，内蒙古报告无新增确诊病例；18日20时至19日20时，甘肃报告无新增确诊病例。

人民日报

捷报频传，复工在即
从宅家到出行，创意物料变化思考

@人民日报
REUTERS

**16155人
治愈出院**

截至2月19日24时，31个省市区和新疆生产建设兵团累计治愈出院病例16155例。

人民日报

@人民日报
REUTERS

**湖北
治愈出院
人数破万**

2月19日0—24时，湖北新增出院1209例。截至2月19日24时，湖北累计治愈出院10337例。

人民日报

房产家居创意变化二次迭代方向

机遇点

创意策略方向

房屋租赁

突发事件结束后，租客对租房平台的安全，卫生有了新要求；对租房优惠和手续办理便捷度又有了新要求

- 1：来自湖北地区的同学可以半价租房或折扣
- 2：低价租到精装好房，享受双周免费保洁



创意方向：

- 可从免租福利、“0”接触租房、租住环境卫生、通风、独立公寓式房型、安全入住、保洁升级、对住户审查严格等进行设计与图片配文
- 颜色可采用接近医疗类别的蓝色系为主，或采用明亮的暖色系，突出对租客的暖心福利。

装修服务

- 特殊时期，群众养成了线上无接触看房、无接触设计，特殊时期结束后对服务的便捷度有了新要求
- 疫情后家装展将会回归

- 1：之前的装修计划被打乱？赶进度的机会来了，xx家装展，一站搞定装修
- 2：无接触设计/无接触VR看房/无接触量房



创意方向

- 主推VR看房、线上逛展、108间样板房线上体验、本地设计团队、安全且了解本地需求等线上活动。
文案参考：xx家装展，省心省力，一站式搞定装修
- 节点享优惠主推厂家低价、家博会价格、婚房装修
- 颜色可采用橙色、蓝色、红色等，以强调文案内容。

房产中介

- 群众渴望更多购房新政策及购房优惠补贴
- 对线上看房有了比之前更大的需求

国内房产：有房走遍天下，无房寸步难行，XX楼盘，火爆开售
海外房产：想移民？试试房产投资移民！XX海外楼盘，首付仅需XXX



创意方向

- 文案可突出：足不出户在线看房，因疫情推迟婚期的人群，可设计一些针对对于准备购置婚房的人群。
- 红色可以强调购房优惠力度，从而吸引客户，尤其是刚需客户购房。蓝色与医疗联系比较紧密，可以突出疫情后的房产新政。

商服机械创意变化二次迭代方向

机遇点

创意策略方向

招商加盟

特殊时期结束后，创业成为更多人的个人发展选择之一

新商机！万元即可创业，立即咨询



配色推荐： 黄色、黑色、红色
物料设计突出“提醒”意味，黑色和黄色突出显示，提醒用户抓住机遇

设计方向：
设计设置采用卡通插画的老板形象预示用户从员工到老板的转型。

信息咨询

特殊时期结束后，创业成为更多人的个人发展选择之一

开工自己当老板！一站式公司注册，轻松搞定开业



配色推荐： 蓝色、黄色
行业复苏，蓝色体现专业性，搭配突出的黄色，给人阳光希望的感觉

设计方向：
采用团队办公场景的插画风格，丰富物料，面对疫情的反思，“一站式”更省时，安心，高效

法务服务

夫妻相处时间拉长，对离婚律师的咨询需求会疫情过后暴涨

离婚律师咨询！据说目前咨询暴增，还不赶紧报名



配色推荐： 蓝色、绿色
采用明亮度高的颜色，又因为是律师行业，要体现其专业性、可靠性，所以用天蓝色搭配青春绿来体现。

设计方向：
整体物料中规中矩，体现行业简单、高线、专业的特性

清洁通风设备

各种商家商场对卫生备加重视，清洁通风设备一定会迎来一波爆发

经济形势差节省清洁成本是关键，这台扫地机一台顶10人



配色推荐： 红色、绿色
红色既有关怀的作用也能警惕大家对卫生的重视

设计方向：
商场背景图，产品图相结合，内容凸显商场正确的清扫方式解读

教育行业创意变化二次迭代方向

机遇点

创意策略方向

K12教育

考虑到特殊时期结束后学习密度增加，孩子课程同步不及时，课程学习方式发生改变，线上+线下成为新的机遇点

1.在家补习更安全，无接触教学，2.课程全面同步小初高，让你的孩子掌握每节知识点



配色推荐：● ● ●

设计配色：用饱和度较高的黄色作为主色调

设计方向：亮黄色和学生的笑容给人以希望，人物手指的方向刚好指引了用户的视线

职业教育

在突发事件爆发阶段，很多人在家时间很多，希望自己可以学习专业技能，既减轻内心焦虑，又可以增加竞争力。

1.复工想转行？在这学美容美发，高薪收入轻松拿！
2.xx课程全新改革，掌握这些轻松过关



配色推荐：● ● ●

设计配色：选用灰色打底，红色提醒

设计方向：职业培训行业招生正式启动，复工后想转行或就业都能轻松拿高薪，增加职业竞争力。

学历教育

用户对人群聚集的地点有防范心理。一些考证类的教育培训，可能会出台一些新政。

1.通知！考研新政策！考生必看！
2.经济形势这么差，同学悄悄去考了研究生提升学历！



配色推荐：● ● ●

设计配色：以深色的蓝紫色打底，作为画面主色调

设计方向：深色背景上辅以灵动的2.5D插画，结合教育类别MBA的主题文案吸引定向用户

兴趣教育

受突发事件影响，兴趣提升线下培训搁置，突发事件结束后有硬性需求，线下练车送线上理论科是一种机遇。

终于可以学车啦！在这一对一陪练车身每日消毒，保证学车安全！



配色推荐：● ● ●

设计配色：选取淡紫色为背景色，给人一种清爽之感

设计方向：用插画作为辅助元素充盈画面，人物是白衣女士，为“安全、消毒”等文案增加说服力，凸显学车过程和安全性

生活行业创意变化二次迭代方向

机遇点

创意策略方向

物流行业

选择安全放心的搬家服务平台，平台是否做好消毒措施，价格是依旧否合理化是这类消费人群最为关注的问题。

消毒角度安全搬家，非常时期不涨价，多元化搬家就选xx



设计配色：

设计思路：选用安全蓝色系+实拍图；选用员工身穿蓝色制服搬家的场景，体现其品牌专业度。文案体现提供消毒服务，特殊时期的特殊服务，服务贴心又温暖。

家政服务

长期请家政阿姨打扫卫生的家庭以及要进行全屋消毒服务的家庭需求

终于不用宅家了，让家也透透气吧！XXX家政提供消毒服务！



设计配色：

设计思路：用户对于卫生标准有更严格的要求，家政服务行业的卖点改变为守护家园，安心消毒。配图是全家人打扫卫生的形象。运用明黄色表达清晰的感觉。

文化传媒

很多演唱会；剧院演出；影院排片都相对延期了，等待演出排期，需求会增加

1.购票配送到家！放心看演出！
2.XXX演唱会开票啦！购票送到家还有优惠哦！



设计配色：

设计思路：选用蓝色和黄色对比搭配+卡通快递员送票上门形象比较轻松表达万物复苏，一切会恢复以往的欣欣向荣。公告展示购票取票的信息，演出赛事也会有有条不紊地开展

婚庆摄影

很多情侣的婚纱和婚宴都被迫延迟，疫情以后婚纱照和婚庆排期将会变紧张，有结婚计划的需要提前排期

婚期延误？婚宴排期紧张？
点击这里抢先预定良辰吉日



设计配色：

设计思路：选用红色表达喜庆的感觉，选用一对新人的婚纱照实拍图表达喜悦之情；也能体现婚纱摄影行业复工拍摄场景

旅游行业

很多航班取消或者延迟，入境也受到限制，旅行计划也会随之变动

宅在家里太久？快速查询航班信息



设计配色：

设计思路：选用游玩中欢乐的照片激发用户太久宅在家里而无法出门压抑的内心。文案配文：宅太久无处释放，来一场说走就走的旅行？来激发用户。

03

全民关注的热点事件玩法

2020年全年关注热点预测

Q1

突发事件

全球关注，
牵动人心

Q2

520

全民表白日，表白亲人、爱人、孩子；表白热爱的事物

Q3

婚礼季

延迟满足的婚礼，全年结婚需求扎堆完成

Q4

旅游季

中秋和国庆是同一天，
请两天假即可嗨玩11天

Q1

女神节

妇女节演变而来
关爱女性视角

Q2

高考

距2020年06月07日
高考日还有73天

Q3

5G普及

2019年启动5G网络建设，
2020年正式商用5G网络

Q4

电商季

线下店铺纷纷电商化
2020将又是电商热闹年

房产家居女神节案例

01 物料方向

持家女主人——省钱优惠

价格优惠一直是装修行业的吸睛亮点，女神节结合女性“精打细算”的心理，强化卖点效果。

节日仪式感——旧房改造

老房改造是装修行业的重要分支，在女神节，通过装修新家给她们惊喜可以增加节日的仪式感。

尊重她的想法——局部装修

随着女性地位的提升，她们在家装问题上起到了举足轻重的作用。许多细碎的家装设计都是为女性打造。

02 推进demo

省钱优惠



搭配颜色：

设计方向：突出强调优惠字眼+温馨家居元素。

旧房改造



搭配颜色：

设计方向：干净利落的剪影画风，让主题更明了。

局部装修



搭配颜色：

设计方向：实景装修案例+暖色留白+流畅曲线。

03 投放案例



配色：



设计亮点：展示实景装修案例，让客户想象空间具像化。图形多为圆润形态，重点信息会用对比强烈的色差加以区分，整体色调为红白搭配，让品牌更具统一性。

首屏



细节



配色：



元素搭配：

花朵+波浪线条+温馨家居

首屏亮点：

- 粉白色搭配凸显节日主题，
- 花朵和波浪线条加以点缀，
- 北欧沙发+背景阴影叠加，彰显空间层次，迎合家装主题。
- 用正红色突出优惠金额，让活动力度一目了然。

细节处理：

- 在落地页其他详细信息板块，依然延续头图的粉嫩色调，
- 文字和背景色块为红白交替搭配，这样可合理区分内容板块，让信息清晰化。

食品饮料女神节案例

01 物料方向

过一个不一样的女神节，舌尖上的甜蜜惊喜，多款粉色糕点可选，营造节日甜蜜氛围，犒劳自己或者送礼物的首选！

节日活动

适当做38女神节活动，营造活动气氛，突出活动要点，吸引用户

文案关怀

38女神节，有什么比好吃的更能犒劳自己！
专属女神的高颜值蛋糕，送礼，首选！

价格优惠

价格设置专属“女神价”
设置活动时间

免费配送

女神节处于特殊时期，解除用户顾虑，设置“无接触配送”“免费配送”

02 图文



配色

文案：不出户享美食，安心到家

设计：场景温馨化，美食类产品图，色泽诱人，突出活动价格优势，多种口味，增加用户点击

03 落地页



关键词：女王的高颜值糕点/无接触送货

设计配色：

亮点：落地页以宣传一款女神蛋糕展开，头部部分营造节日开场，大气不失温馨，紧跟活动内容，刺激用户消费，中间版块展示蛋糕精细的制作工艺，突出物超所值！文案“女王果套餐”等，预留表单“0解除配送”解除用户的后顾之忧，增加表单转化！

招商加盟女神节案例

01 物料方向

在“女神节”期间，招商加盟行业可为各类创业者提供一些福利政策。抓住用户过渡期创业和赚钱的痛点，紧接着提供更具“关怀”的创业福利和营销方案。

限时优惠

女神节多半会有优惠福利，由于节日只有一天，时间短，物料可以从“限时优惠”等角度出发。

借势营销

现在行业创业推崇“过万”的盈利诱导，趁着女神节到可以抓住各类创业者的心理，也可借此卖点进行营销。

人群画像

女神节的消费群体以女性居多，同时也不乏男性用户对节日的关注。物料人群可从毕业找工作的年轻人群体，到中年下岗或事业过渡期的群体进行设计。

创业方便

加盟行业是目前的赚钱风口，也是相对于其他创业方式比较轻松的，着重体现“轻松创业”“免费开店福利”能吸引更多用户。

02 图文



关键词：收入轻松过万/限时特惠

配色推荐：

物料设计突出女神节福利政策，粉色系符合女性特征，配合店面色调突出干洗店加盟主题。

设计方向：

设计主要使用品牌代言人和店面，采用女神节背景，突出女神节的福利政策，让用户觉得此时加盟有过万的收入，吸引消费者。

01 物料方向

招商加盟行在“女神节”期间，可为各类创业者提供一些福利政策以适应疫情过渡期创业和赚钱的痛点，营销亮点应该富有感染力。

零经验

经济不稳定，个人能力有限等各种原因，使很多创业者望而却步。可通过其“零经验”“好培训”的优势吸引用户加盟。

经济独立

一般像以零食为主的加盟会有品牌代言人。这时候女性代言人在女神节期间的营销优势比较明显，同时提倡女性“经济独立”，符合当代特征。

取得信任

在竞争激烈的加盟行业中，能脱颖而出取得加盟商的信任，需要有诚恳的招商态度。比如“诚招合伙人”会更靠谱。

营销亮点

加盟行业女性品牌代言人和女神节的不谋而合，可借题发挥，让女性懂得“做自己的女王”“你就是女王”，增加感染力。

02 图文



关键词：收入轻松过万/零经验

配色推荐：

物料设计采用粉红及相近的色系，画面灵动有趣，但也不浓墨重彩，能够衬托出零食主题。

设计方向：

设计运用“经济独立”“收入过万”“做自己的女王”等亮点，不局限于一种风格，主色调统一，矢量形状，图像叠加，都是辅助设计，多样化画面，吸引用户点击。

母婴用品女神节案例

01 物料方向

3月本是消费淡季，但随着女性消费的崛起，以及时代新女性的引领，不论是实体商家还是电商，一直在不断借势促销，力争将3月8日打造成“消费节”

限时优惠

营造节日气氛突出主题卖点，价格优势，吸引用户

温暖氛围

城市女性在工作生活中独立意识强，打造温暖陪伴氛围

女神地位

女性消费从金额、客单价到成交人数无不迎来爆发式增长，女性成为消费主导

爱的保障

在女神节热点背景下，以宠爱女神的角度切入，打动用户。

02 图文

文案方向：将3月8日打造成“消费节”突出节日专属优惠

1. 今天你是女神，家务我们承包！女神节预约月嫂，首次享惊喜价！
2. 做我的女神，怎么可以被带娃所困！送你一年家政卡，和家务说拜拜
3. 女神节焕新巨惠，专属折扣，为美丽献礼



03 落地页



关键词：

限时优惠 / 温暖氛围 / 女神地位

设计配色：红色+粉色

头图部分给用户带来一种不看文案也能触到落地页相关业务的感知（粉色的变化背景，女性的元素，浪漫的爱心气球，花束等都体现了女性及对女性的尊宠）头部到表单位位置用同类颜色过渡使其链接，展现出页面的整体性，加大氛围感。相关的装饰部分也都采用浪漫的元素。

2020年全年关注热点预测

Q1

突发事件

全球关注，
牵动人心

Q2

520

全民表白日，表白亲人、爱
人、孩子；表白热爱的事物

Q3

婚礼季

延迟满足的婚礼，全年结
婚需求扎堆完成

Q4

旅游季

中秋和国庆是同一天，
请两天假即可嗨玩11天

Q1

女神节

妇女节演变而来
关爱女性视角

Q2

高考

距2020年06月07日
高考日还有73天

Q3

5G普及

2019年启动5G网络建设，
2020年正式商用5G网络

Q4

电商季

线下店铺纷纷电商化
2020将又是电商热闹年

520表白日创意结合探索

个人用品

送礼是表白的必需品，
送女人的礼物以珠宝首饰为首位

喜欢就要讲出来，选购这款520心形项链，不会错！女人都爱



设计元素运用：
铂金色高级配色
首饰产品图

食品饮料

用一个美美的蛋糕
或者甜品庆祝甜品的一天

520就是要吃吃的爱你，
表白日定制款蛋糕5折优惠



设计元素运用：
粉色烘托甜蜜气氛，采
用蛋糕/甜品食品图

旅游票务

爱的表达多给一些给
家人，共同出游时最
好的陪伴和表达

世界那么大，能不能带上
妈妈/老婆去看看



设计元素运用：
火车票/机票

维情交友

婚恋交友网站上，
520设新用户注册礼

全世界都在享受告白甜蜜，520
你值得拥有，xxx线上交友等着你

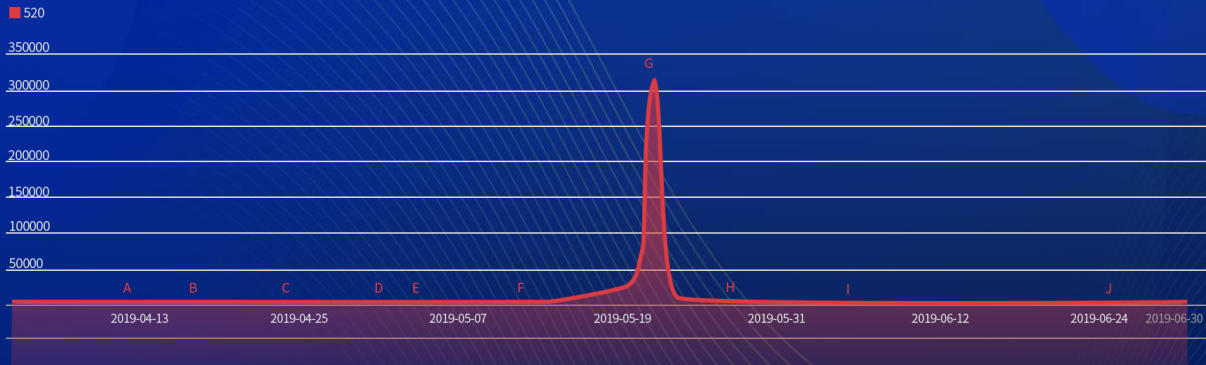


设计元素运用：
男女爱心插画

机遇点

创意策略方向

2019年520时期数据走势



用户关注爆发时间
5月20日告白日

指数最高峰
32万关注度/天

投放时段建议
5月12日-5月23日

高考期间创意结合探索

教育培训

结合学历培训/技能培训做高考不是人生唯一选择的物料方向

人生有多种选择，高考只是一种选择。只求全力以赴，问心无愧。



设计元素运用：
高考真题

学习用品

高考最直接的适配行业就是学习用品

用xxx品牌文具，下笔如有神。重温高考，致敬青春。用笔书写人生。



设计元素运用：
数学公式

食品饮料

随着大学开学一天天的临近，“升学宴”大战也拉开了序幕。

十年寒窗苦读，一朝宴请升学。青春无悔，高考加油！



设计元素运用：
手绘课桌与酒瓶

零售电商

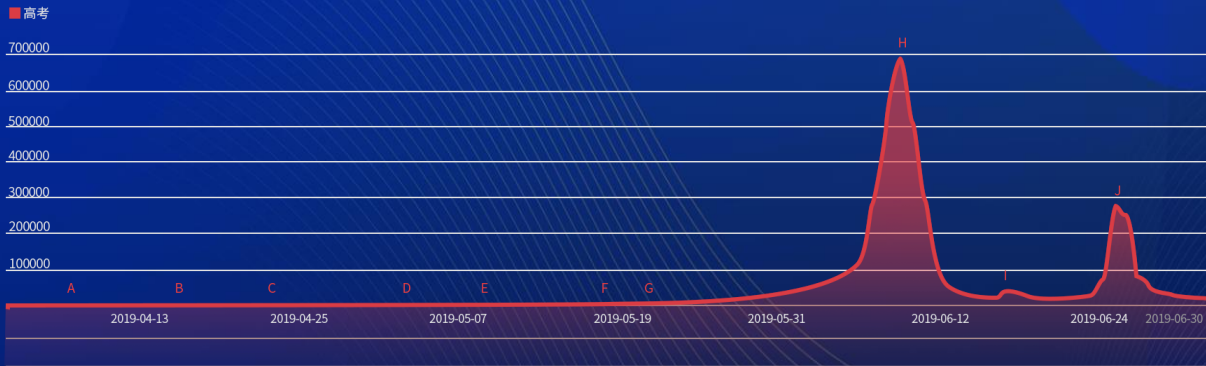
零售电商会为高考推出一些列产品，如考试用品、大学入学用品、服装鞋帽等

这个世界不属于80、90后，也不属于00后，它属于努力之后



设计元素运用：
伏案学习和励志配文

2019年高考时期数据走势



用户关注爆发时间

6月7日高考日

搜索指数70万/天

用户关注余温

6月23日成绩公布

搜索指数28万/天

投放时段建议

6月1日至6月30日



创意的灵魂在于与时俱进
物料的生命源于落地推广



百度营销系列直播课程下期预告

下节课预告

下【周二】（3月31日）晚8点开播

预告课程	时间
《百度全链路场景营销解读》-王雷（互联网营销资深专家，百度渠道部全国整合营销负责人，百度认证白金讲师）	周二（3/31）

**欢迎同学们互相转达！
每周二四晚，不见不散！**



1. 请扫描二维码，完成本次课程的满意度调研
2. 直播录像回放和材料获取，请登录营销中心内训平台获取(yingxiao.baidu.com)
3. 申请成为主播，请发需求邮件到：
renzheng@baidu.com

谢谢观看

陈明瑶 March 2020