

新週五華劇



行銷企劃案



- 上檔日期：2016/7/1 (五)
- 本劇卡司：王傳一、魏蔓、袁詠琳
- 戲劇主題：沒有被人嘲笑夢想，就不算偉大的夢想！
- 行銷主軸：**今年夏天很“泳”敢！**
- 行銷架構：兩大主題(A泳敢(勇敢)、B小鮮肉)，C公關操作

A ★泳敢★

B ★小鮮肉★

A1.行銷宣傳活動

P.3

6/1(三)首波曝光

預告

B1.虛實整合造勢

6/4(六)"泳"敢快閃活動



P.4

AB2.行銷宣傳活動

P.5

6/8(三)第二波曝光

A3.社群話題操作

P.7



宣傳

B3.FB操作策略



P.8

AB4.實體通路行銷

P.9



★ 6/24~7/8門市POP宣傳★

AB5.行銷宣傳活動

P.10

★ 6/30第三波曝光★

A6.首播LIVE聊天室

P.11

7/1 (五) "泳" 敢首播

上檔

B6.FB播後發酵

P.8



C. 六月公關議題操作啟動

【“泳”敢快閃活動】

- 時間：6/4(六)
- 地點：信義區(Att4Fun)
- 出席：飛魚隊、馬林魚隊 (8 名高校生)
- 形式：預告新戲上檔，小鮮肉“泳”敢快閃街頭宣傳造勢。
- 目的：飛魚高校生小鮮肉們“泳”敢快閃街頭，藉由小鮮肉快閃引起注目，並藉由互動拍照打卡並標註 #飛魚高校生 及 #泳敢，增加民眾對於戲劇記憶度。



飛魚隊



馬林魚隊



示意圖 (夏日清涼look、水槍、泳圈、比基尼)

【飛魚高校生 “ 泳 ” 敢秀自己!】

-時間：6/8~6/19

-內容：於Instagram或FaceBook分享「夏日游泳及戲水時最潮的穿搭LOOK」，並標註 #飛魚高校生 及 #泳敢

-獎勵：最後由華流或愛玩客時尚編輯從按讚數最高的前10名中挑選優勝的2名(IG及FB各挑1名)

1. 穿搭照露出於華流或愛玩客雜誌
2. 參與綜藝大熱門或國光幫幫忙相關單元錄影

-宣傳方式：

1. 6/8【飛魚訓練營】公佈及手拿板宣傳
2. FB:演員/三立華劇/三立娛樂新聞/戲劇/FB廣告
3. IG:三立華劇/IG廣告



【社群話題操作】

- 時間：6/23(四)~7/3(日)
- 平台：Dcard (全台最大校園聊天社群)
- 形式：因應行銷主軸，於Dcard討論區上操作話題，討論【做過最勇敢的一件事】，並置入劇情介紹與預告。



★Dcard簡介:

- 全台最大校園聊天社群
- 主要會員: 年齡18-24，男女比4:6
- 每個月超越500萬重複訪客
- 粉絲團人數:67萬





【FB操作策略】

- 策略時間：6/5起持續曝光
- 操作重點：泳隊小鮮肉
- 策略內容：
 - 第一階段：
 - 【泳敢快閃活動】當天FB直播，現場幕後花絮曝光。
 - 第二階段：
 - 八位小鮮肉的個人照製作成GIF檔，利用目不暇給的帥照輪播，營造出青春無敵的氣勢。
 - 第三階段：
 - 每日推出一位小鮮肉，以文字、圖片及影音呈現出各自獨有的魅力及特色。

帥照



角色介紹



影音



【實體通路行銷】

- 合作通路：WorldGym (台灣第一大健身俱樂部)
- 行銷時間：6/24~7/8
- 合作模式：搭配上檔期間同時延伸劇名以「今年夏天”泳敢”找回人魚線」為主題
- 宣傳方式：
 1. 印製「飛魚高校生」主視覺七日體驗卷於門市發送。
 2. 搭配全省門市擺放主題POP強打首播。



★WorldGYM簡介:

- 台灣第一大健身俱樂部
- 主要年齡層：18-40
- 全台據點數：40家
- 全台會員數：28萬人



【飛魚高校生-首播LIVE聊天室】

- 時間：7/1(五) “泳” 敢首播20:00-23:30
- 地點：三立電視
- 平台：【飛魚高校生】官方FB粉絲團
- 出席：男女主角-王傳一、魏蔓
飛魚泳隊-管麟、賴東賢、張洛倌、黃宏軒
- 目的：為提升觀眾收看新劇首播意願，將安排主要演員一同觀賞，同步於官方粉絲團和觀眾互動討論劇情，刺激首播收視及粉絲團人數成長。



【FB播後發酵】

- 票選時間：7/2~(依據情調整)
- 操作重點：泳隊小鮮肉
- 發酵目的：戲劇上檔，飛魚隊及馬林魚隊成員皆登場後，即在「飛魚高校生」官方粉絲團讓網友票選出最喜愛的角色並針對劇情做討論。

 撰寫貼文

 新增相片/影片



你最喜歡哪一位「飛魚高校生」呢？

- + 方亦磊
- + 王爾泰
- + 尤宇安
- + 黃宏軒



 馬林魚隊



 飛魚隊





新 週 五 華 劇

Thank you