



Top
Mobile
Awards

劲情奥运·劲霸奥运时刻

- ◆ 广告主：劲霸男装
- ◆ 所属行业：服饰行业
- ◆ 执行时间：2016.8.6-2016.8.22
- ◆ 参选类别：媒介整合类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

品牌背景&目标&挑战

借势奥运，劲霸男装开启整合营销传播

近年来，移动互联网经历了爆发式增长，移动智能终端与网络技术的升级，进一步刷新了信息传递与人际交往的模式。品牌传播策略上，劲霸男装不断做出调整和尝试性探索，积极探寻新媒体环境下顺应消费者需求、符合劲霸男装传播特质的媒介形式和路径。把握新浪潮，2016年，一致青睐于传统媒体广告投放的劲霸男装**首度决定尝试互联网营销**，与网络新闻媒体开展整合营销传播合作，并选择了最具资源优势的腾讯平台。

品牌副总裁龚妍奇表示：“腾讯基于QQ和微信两大社交工具构建的人群大数据和传播生态，能够在洞察消费者身份和需求的基础上，进行高度有效的品牌信息推送，实现与消费者更有共鸣的沟通。腾讯丰富的品牌新媒体整合营销传播案例也驱动着劲霸男装在新媒体领域的探索。劲霸男装与腾讯的此次合作，是劲霸男装新媒体整合营销传播的首秀。我们希望本次合作能为劲霸男装未来建立更加立体、更加多元的品牌传播体系累积一次难得的经验。”

我们希望，通过此次与腾讯的战略合作，在亿万网民的奥运联想里打上“劲霸男装”的烙印，将**奥运精神与劲霸精神正向连结，为品牌吸引更多新消费者年轻消费者**；彰显企业的社会价值，唤起中国网民对劲霸品牌的无限热爱，同时打造奥运营销传播精品案例、树立行业的标杆。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察

人群洞察：

超越现象级的影响力

奥运的独特性使其具备超越任何体育赛事、大事件以及全民话题热点的影响力，大型体育赛事依旧是品牌营销不容错过的超级内容。

聚焦一手资讯

开、闭幕式、金牌大项以及重点赛事都是奥运赛程内的重要拐点，抢占先机、吸引更多的受众关注度。

网民的多元化奥运内容需求

观众奥运关注点开始呈现多元化趋势，除了赛场上的运动员表现和金牌得失，赛场外的奥运精神、超级明星以及运动员背后的故事也成为网民的重要关注点，找到用户兴趣点与品牌理念的切入点可实现更好的体育营销影响力。

不止于“看”，融入感很重要

观众选择互联网平台享受体育赛事的目的始于“看”但绝不限于“看”，互动、社交等所有提升个体融入感的需求触角都需要被照顾。

媒体资源洞察

劲霸男装最优合作资源——腾讯新闻《奥运晚报》 (核心策略：为什么选择奥运晚报进行合作)

1、新闻属性

奥运早晚报·奥运资讯首发平台，腾讯奥运产品池最优资源，搭载腾讯奥运列车，快速、准确、全民覆盖

2、最强声量

微信新闻插件、新闻APP桌面push、两大王牌资源首次联手强推，PC+移动每天一次，吸引眼球的Tips弹出方式+高流量下的全曝光+跨平台的集中体现，实现最大化品牌曝光！

3、奥运精神

相比于《奥运早报》而言，《奥运晚报》更具人文情怀的报道内容与劲霸精神相得益彰，更真实地感受到品牌的正能量和感召力

4、抢占流量高峰时段

奥运晚报在晚上五点之后进行全面推送，迎合网络用户观看习惯，用户有更多的时间和兴趣进行深度阅读

策略

劲情奥运

劲！

强劲的营销形式，让实效和情怀共振

快

快人一步：《劲霸奥运时刻》借力奥运资讯首发平台《奥运晚报》，推送一手资讯，了解每日奥运新鲜事

狠

强势出击：微信新闻插件首次商业化，联合腾讯新闻客户端奥运专区瞩目推送劲霸奥运时刻

准

准点推送：每晚6点半-7点推送，抢占用户闲暇时间，更具人文情怀的花边奥运故事增强可阅读性

霸！

霸气的互动体验，让声量和销量齐飞

畅

畅所预言：新闻内容页首次开放投票功能，劲霸加油站让用户畅所欲言大胆猜测明日之星

炫

炫酷体验：运用最新技术，劲霸带你360°游全景里约、观奥运、看美女，让用户乐在其中！

壕

壕撒劲币：劲霸男装壕撒千万豪礼支持奥运，线上抢百元劲币线下无门槛消费！



Top
Mobile
Awards

媒介&执行



腾讯智慧·营销

2016 奥运
营销大战中的
劲霸
风采



长按二维码，感受王者霸气

扫描二维码即可打开H5
观看此项目营销全案

媒介&执行

快

快人一步：《劲霸奥运时刻》
借力奥运资讯首发平台《奥运晚报》，推送一手资讯，
了解每日奥运新鲜事



媒介&执行

狠

强势出击：微信新闻插件首次商业化，联合腾讯新闻客户端奥运专区瞩目推送劲霸奥运时刻



微信入口

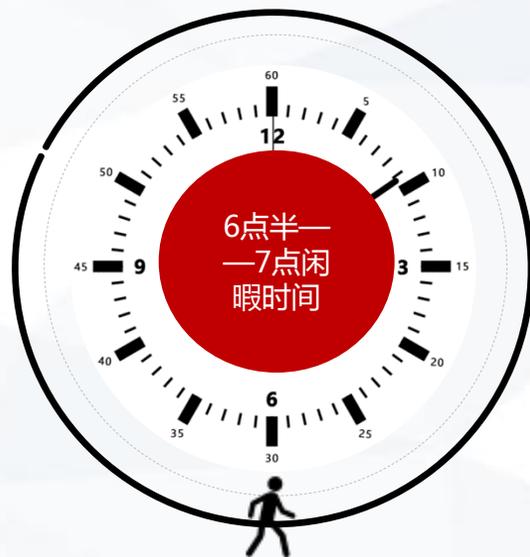


新闻客户端入口

媒介&执行

准

准点推送：每晚6点半-7点推送，抢占用户闲暇时间，更具人文情怀的花边奥运故事增强可阅读性



劲霸奥运时刻：女排12年后晋级决赛 郎平含泪吻爱将

腾讯体育 2016-08-19



打开天天快报-腾讯兴趣阅读产品
看郎平含泪拥抱亲吻爱将 >

K-BOXING
劲霸奥运时刻

劲霸奥运时刻：爸爸的骄傲！张继科抵京被父亲扛肩头

腾讯体育 2016-08-20



打开天天快报-腾讯兴趣阅读产品
看张继科被父亲扛起感人现场 >

K-BOXING
劲霸奥运时刻

劲霸奥运时刻：韩国艺术体操女神无缘奖牌 当场飙泪

腾讯体育 2016-08-21



打开天天快报-腾讯兴趣阅读产品
看孙妍在无缘奖牌当场飙泪 >

K-BOXING
劲霸奥运时刻

感性的

动人的

花边的

媒介&执行

畅

畅所预言：新闻内容页首次
开放投票功能，劲霸加油站
让用户畅所欲言大胆猜测明
日之星

劲霸能量站：为喜爱的奥运健儿加油



PC-劲霸能量站



移动-劲霸能量站

媒介&执行

炫

炫酷体验：运用最新技术，劲霸带你360°游全景里约、观奥运、看美女，让用户乐在其中！



H5首页



H5插画地图



媒介&执行

壕

壕撒劲币：劲霸男装壕撒千万豪礼支持奥运，线上抢百元劲币线下无门槛消费！



领取



使用



线下消费



online → offline





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

曝光 数据表现



1

劲霸奥运时刻

8月7日——8月21日

PC端：曝光量**18.8亿**

移动端：

新闻客户端PUSH曝光量**16.14亿**

新闻客户端劲霸奥运时刻专题曝光量：**3.08亿**

新闻客户端奥运页卡曝光量：**17.7亿**

微信新闻插件信息流1/4曝光量：**27.71亿**

微信新闻插件底层页奥运专区曝光量：**4.52亿**

微信新闻插件-奥运专区信息流曝光量：**1700万**

总曝光：**88.13亿**

互动 数据表现



2

H5劲霸带你游里约

奥运期间，**285万**用户访问了**355万**次劲霸H5，超KPI约**31%**

8月6日——8月22日



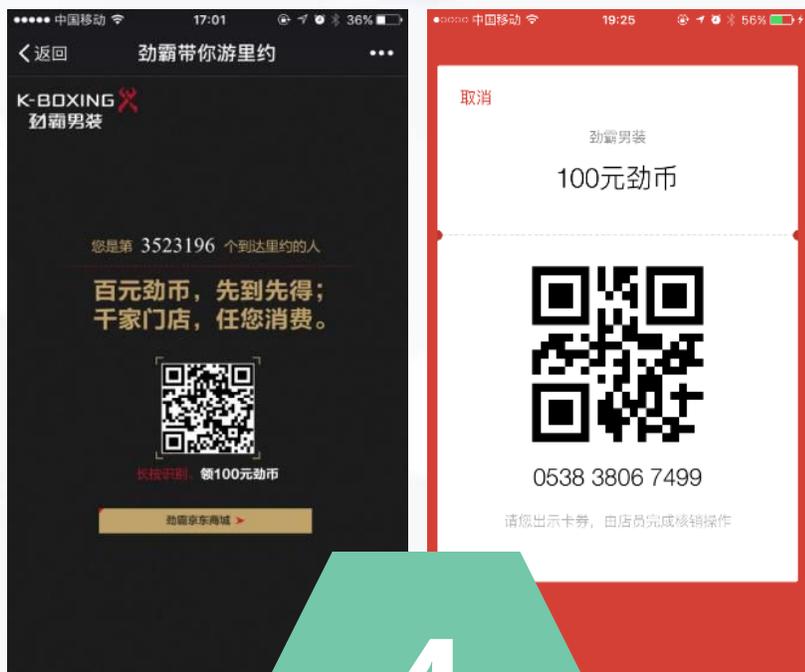
3

劲霸能量站

劲霸能量站投票超过**26万**票，评论超过**1万**条

8月6日——8月22日

销售 数据表现



4

卡券

8月6日——8月24日

线上：成功领走**4.7万**张卡券，成功核销**15489**张卡券

线下：共**773**门店使用了劲币券。
对应实收流水1464万

新客户增长：新客户**7088名**，占使用劲币客户数的**46%**