



天生汤神，爆屏逆袭

- ◆ 广告主：安踏
- ◆ 所属行业：运动服饰
- ◆ 执行时间：2016.5.27-2016.5.31
- ◆ 参选类别：创意类

天生汤神 爆屏逆袭

ANTA | 实力无价
NBA官方市场合作伙伴
NBA

安踏NBA季后赛赛果联动即时营销



紧扣赛点

西部决赛—汇聚最强冠军争夺潜力队伍，季后赛最精彩赛事。
汤神生死关头—汤普森所在勇士队1:3落后陷生死存亡战

一玩到底

模拟手机真实环境，手机内app间的转换由汤普森手中的篮球和精湛实力流畅贯穿，吸引受众紧紧跟随，一玩到底

虚实结合

从虚拟app内互动到真实电商页面的无缝衔接，自然导流购买

高触达 18-40岁核心受众占78%

高分享 二次传播贡献43.9%流量

高转化 9.5% 电商跳转



案例视频观看地址：

《安踏NBA季后赛即时营销》

<http://v.qq.com/x/page/s0321mdso23.html>



扫一扫看视频



Top
Mobile
Awards

背景&目标



项目背景

安踏作为NBA赛事的官方合作伙伴，在15-16赛季签约勇士队球星克莱·汤普森（外号“汤神”），为汤普森定制了KT1篮球鞋。

在长达6个月的常规赛中，通过捆绑勇士队赛事的核心直播权益露出，获得品牌高曝光和品牌理念——“实力无价”的持续渗透。



勇士队球星：克莱·汤普森



安踏汤普森定制篮球鞋
KT1



营销目的及挑战

安踏借势NBA营销如何实现量变到质变，将球迷心中建立的安踏品牌认知转化为好感，进而提升购买意向，成为了新的营销挑战。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略



洞察



洞察1：

季后赛是球迷关注骤升，话题热议的赛事期



数据来源：14-15NBA赛季场均流量走势对比



洞察2：

看直播、刷资讯和社交分享是球迷三大需求

87% 观看比赛直播

60% 查看赛事资讯

40% 在朋友圈发布NBA相关内容

数据来源：2015年9月，NBA受众调查（定量和小组访谈）



策略

深度结合季后赛赛果走势，选择汤普森所在勇士队1-3落后，面临生死存亡战的关键节点，通过突破视觉和新颖体验的创意互动，回顾本赛季安踏战靴护航下的汤神实力表现，为关键赛事时刻的汤神助阵。



核心创意

结合球迷NBA观赛三大需求，模拟手机真实环境中三大球迷观赛app间的虚拟互动，凸显汤神篮球绝技，回顾本赛季在安踏战靴护航下的汤神篮球实力表现，为焦战中的汤普森加油助威。





Top
Mobile
Awards

媒介&执行



具体执行



Sep1 :

生死战当日，比赛直播为互动引流

选择球迷关注直播比赛最多运用的场景——
直播比赛贴片和新闻客户端NBA页卡信息
流，最大化拦截球迷





具体执行



Sep2 :

虚拟手机app“爆屏逆袭”互动，为汤神加油

结合球迷NBA观赛路径，选择**腾讯体育**、**腾讯新闻**和**微信**三大app场景，在其中分别呈现**汤普森**的**三大篮球实力**（**突破力**、**爆发力**、**三分球精准**）。

互动录屏演示视频观看地址：

《安踏-天生汤神爆屏逆袭》<http://v.qq.com/x/page/g031767ejbn.html>



模拟腾讯体育app环境



模拟腾讯新闻app环境



模拟微信朋友圈环境





互动亮点



紧扣赛点

在汤神所在勇士队1:3落后生死存亡战前夕发布活动，激发球迷转发热潮，为汤神和勇士队加油助阵。活动发布后勇士队连赢3场，互动深入人心。



一玩到底

模拟真实手机使用环境，手机内app场景间的转换由汤神手中的篮球和精湛实力流畅贯穿，吸引受众紧紧跟随，一玩到底



虚实结合

高质量客户转化，从虚拟app内互动到真实电商页面的无缝衔接，自然导流购买，把球迷等潜在人群转化成购买群体



效果&反馈



即时效果

互动上线后，因良好创意和深度结合赛事话题，瞬间获网友转发热潮，及二次主动传播热潮

5.27
互动上线当天
勇士VS骑士 1:3

5.29比赛中
汤神表现优异，突破个人单场3分球纪录

5.31
勇士成功翻盘打进决赛
勇士VS骑士 4:3

互动一上线，
瞬间引发网友刷屏转发



勇士成功翻盘，
再次引发网友自主传播热潮





整体效果

高触达：安踏核心受众（18-40岁男性）占比78%

高参与：引发朋友圈转发热潮和议论，二次传播带来新增流量占43.9%

高转化：电商跳转率高达9.5%，超出行业平均水平3倍多

高销售：间接拉动KT系列产品销售增长333%（15年15万双，16年50万双）

