

奇葩说3有vivo,营销快到飞起来

- ◆ 广告主：vivo
- ◆ 所属行业：3C
- ◆ 执行时间：2016.03.04-2016.05.22
- ◆ 参选类别：内容营销类

案例视频

http://www.iqiyi.com/w_19rswzwr2t.html



复制链接到浏览器或者扫描二维码观看视频



Top
Mobile
Awards

背景&目标



《奇葩说》第三季回归 我們繼續用“辯題”引發社會思考 用“話題”炒熱娛樂關注！

《奇葩说3》在马东、高晓松、蔡康永的带领下，继续寻找华人华语世界中最会说话的人，每一期讨论的主题，都引发了年轻人强烈的共鸣，在微博引发网友的广泛讨论！**节目百万级以上的话题阅读量，节目片段数以千计的大量转发**，见证栏目的社会思考性同时，由于节目的不同嘉宾与选手精彩表现，**更创造多个娱乐话题引发新闻关注、社交媒体热议**，足见娱乐话题性。

结婚证

#婚姻有效期七年#

发微博 关注 竞争主持人

话题主页 图片墙 主持人推荐 话题榜

导语：《奇葩说》第三季总决赛辩题：婚姻有效期七年，你作为议员，支持还是反对？

674.9万 阅读 3053 讨论

#单身是狗还是贵族#

豆瓣 douban 首页 浏览发现 移动应用 游戏 线上活动

“单身是狗还是贵族？”之我见

陈小二 2016-03-06 21:16:05

到奇葩说第三季第一期表示遗憾。那么今天看完奇葩说第三季第一期“单身是狗还是贵族？”这个话题，当然不是因为第一时间看到而感到遗憾，而是感觉这个话题还是有很大的挖掘的空间的。

首先我先表达一下这次奇葩说辩场上，我深表赞同的几点：

1. 开场金星姐说的很好“当狗我被逼无奈，贵族是我的追求”，同时金姐最后的总结也很棒“我和我的先生在身体灵魂都可以慢慢结合，但我的精神永远是单身……”，以及后来她讲到的贵族的故事，虽然有点争议，但确实是一个值得思考的话题。

爱奇艺奇葩说

【#奇葩说#正片来啦】今晚@Daghe 姜思达之夜你准备好了吗？现场到底发生了什么令@黄执中也放弃奇袭？！面对辩题“时刻保持联系是一种暴政吗？”，@高晓松 称中国人太爱看手机是因为焦虑！#蒙面少女张雨绮#@张雨绮 与议长@马东 现场斗嘴，今晚精彩不断！正片来啦！

4月30日 19:55 来自 专业版微博

转发 1339 评论 938 点赞 882

#姜思达之夜#

我想在朋友圈秀恩爱 我该不该克制

#时保联是不是暴政#

#朋友圈秀晒炫#

发微博 关注 竞争主持人

话题主页 图片墙 主持人推荐 话题榜

导语：《奇葩说》第三季总决赛上半场辩题：我想在朋友圈秀恩爱（秀恩爱，晒娃，炫富），我到底该不该克制呢？众粉丝们，你是怎么看的

386.7万 阅读 696 讨论

CR小七呀

5月3日 23:06 来自 魅族 MX5

#时保联是不是暴政# 奇葩说很多问题都是基于生活中较为常见的东西提出来的，而这个问题也是基于每个奇葩个体形成的群体提出的，这世上绝对有孤独患者，也绝对有绝症患者，个性使然，看似因人而异，其实辩论到最后都同归一路，中立的观点总是最有利的，凡事都有度，而这个也是双向的。 广州 广州大学城

常好

正好

正三观

不假思索

爱我了吗

#高晓松郭德纲同框撞脸#

新浪娱乐 #BB King 黄执中#

《奇葩说3》收官！高晓松郭德纲同框撞脸

有范

数据让人惊喜，火爆程度居高不下

6.8亿

10亿+

热搜

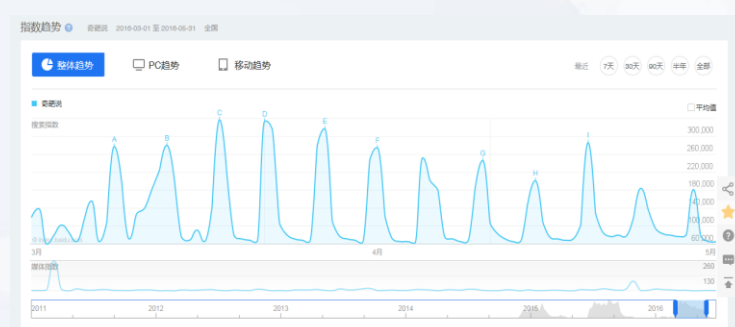
第三季累计播放量近6亿



微博阅读量在第二季基础上从20多亿增加到33.5亿！



百度指数持续居高不下！日均搜索高达30万



*数据来源分别为爱奇艺后台播放统计指数2016.06；微博话题统计数据2016.06；百度指数2016.03-2016.05

《奇葩说3》为vivo新品XPlay5提供了一个完美的推广阵地



vivo XPlay5于3月1日正式发布

vivo目标人群是18-30岁的年轻人

vivo与有趣、有活力的年轻人一起追求极致、创造惊喜



《奇葩说》第三季3月4日上线

第三季受众18-30岁人群占比达65.3%

U CAN U BiBi 寻找“最会说话的人”用语言创造乐趣与思考

完美
时机

人群
匹配

态度
契合



产品推广需求：

“快無邊界”

vivo XPlay5主打超快感产品使用体验。
提出一个面向年轻人的产品口号“快无边界”。

在完美时机与的目标人群实现新品**大曝光**基础上

如何的挑战是 **將產品賣点深入人心**

综艺节目的“内容营销”如何让新品推广玩出新花样？



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

有趣

vivo目标人群是有趣、有活力的年轻人，追求极致给他们创造的惊喜。移动化的社交是他们的生活方式，我们需要借势年轻人喜爱的网络内容创造出最有趣的社交话题，让品牌卖点融入他们移动社交生活中，带来极致惊喜！

策略

马式口播造段子



创造vivo的广告段子
#快到让你飞起来#



移动社交炒段子





Top
Mobile
Awards

媒介&执行

洞察 有趣

vivo目标人群是有趣、有活力的年轻人，追求极致给他们创造的惊喜。移动化的社交是他们的生活方式，我们需要借势年轻人喜爱的网络内容创造出最有趣的社交话题，让品牌卖点融入他们移动社交生活中，带来极致惊喜！

马式口播造段子



创造vivo的广告段子
#快到让你飞起来#



移动社交炒段子

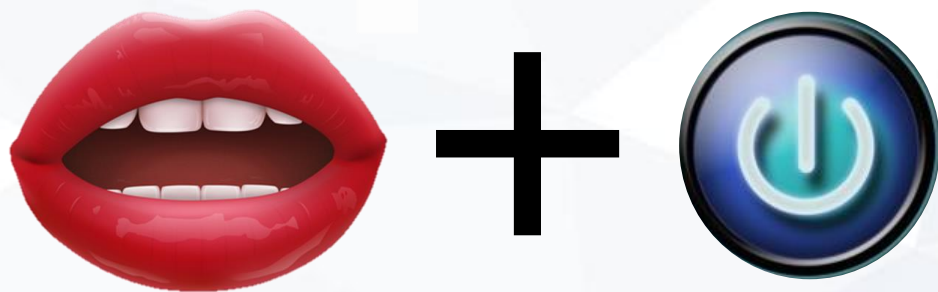


出奇快+不能慢

用最具有“奇葩精神”的语言来体现“快无边界”的产品特性。

通过马东的奇葩花式口播，在不同的场景用不同的语言去不断强调vivo手机的快！
并设计一个节目中的情境，一旦出现慢的时候，开启vivo广告模式，用奇葩语言告诉大家一定不能慢！

一句無敵極限**快**的花式口播



一個絕不姑息**慢**的情境開關

出奇快

我们创造一句通俗、夸张可延展的“马东花式广告语”

“快到让你飞起来！”

通俗

简单明了，让观众一下字记住。

夸张

超脱常规，让观众印象深刻。

可延展

不同语境，创造不同的广告幽默效果。

面对不同的话题与语境中，
用不同的易懂但夸张搞笑的语言，
去诠释“快到让你飞起来”是一种怎样的体验，
不断强化观众对于vivo手机特别快的认知。



花式口播玩法一：当调侃三年没开张的女孩时，可以这样玩



范湉湉：“我们女孩不喜欢快”。 马东：“如果快到能让你飞起来呢？” 范湉湉：“特别好！”

花式口播玩法二：当讨论“如果世界没有谎言”时，可以这样玩



马东：“没有谎言的世界，广告可以怎么做？我们说快到让你飞起来的vivo手机，它真的可以让你飞起来，你以为你买机票了吗？你买的是手机啊，但是你的手机比旁边那孙子的手机快！你是不是感觉自己飞起来了”

花式口播玩法三：“如何化解手机发错信息的尴尬” minitalk中



马东：“能多快有多快，这个时候，一部手机有多快就特别重要，我特别建议，你用快得让你飞起来的vivo手机”

不能慢

我们创造一个魔性的“vivo广告启动开关”

語速慢下來，警報響起來

针对“奇葩说”的语言节目特性
设定一个场景：一旦有选手废话多，语速慢的时候，
全场一起发出“vivo vivo vivo”的声音
拉响vivo加速警报，催选手“必须快”！强化产品特别快！



#快到让你飞起来#段子，席卷移动社交平台

通过移动社交炒作，让#快到让你飞起来#编写成为网络段子，引爆移动社交平台的网络笑点，通过移动化社交炒作为品牌圈粉无数。



在节目中进行丰富的“花式植入”，通过短剧、候采间包装摆放、后期画面包装推广vivo Xplay5上市信息。

我們“演”广告

短剧植入vivo



我們“擺”广告

任性承包候采间



我們“画”广告

产品形象后期包装





Top
Mobile
Awards

效果&反馈



vivo Xplay5 新品上市实现大曝光

硬广曝光效果巨大。

品牌总曝光量

2.16 亿

其中贴片曝光量

1.12 亿

*数据来源：爱奇艺广告系统统计数据

多數的觀眾對vivo 之快，印象深刻！

半数观众对马东为“vivo快到飞起来”的口播情节印象深刻，同时对品牌的回响指数达到174.77远超同期综艺节目回响指数基准值100。节目结束之后，观众对vivo 的认知、喜好以及购买倾向显著提升。



《奇葩说》第三季品牌植入场景印象

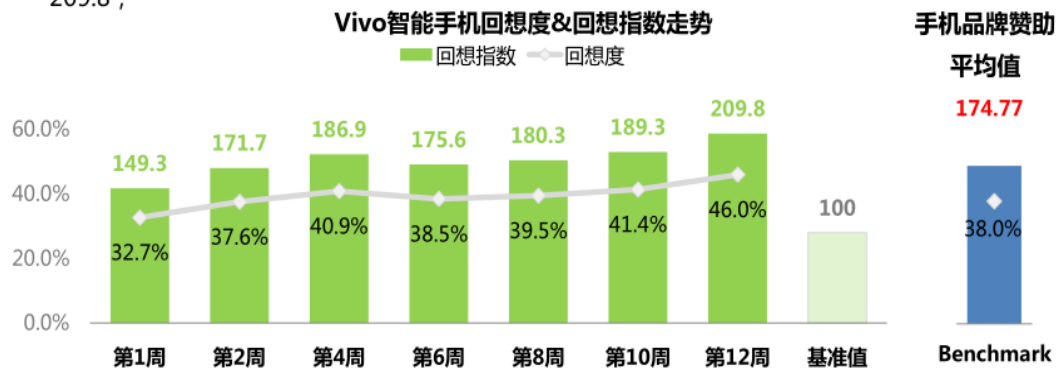
马东说“快到让你飞起来的VIVO手机真的能快到让你飞起来吗？” 47.6%

马东结辩时说“吃饭拍照的事情很烦，除非有个VIVO手机咔咔就拍完了” 45.9%

Vivo智能手机-回想度

vivo

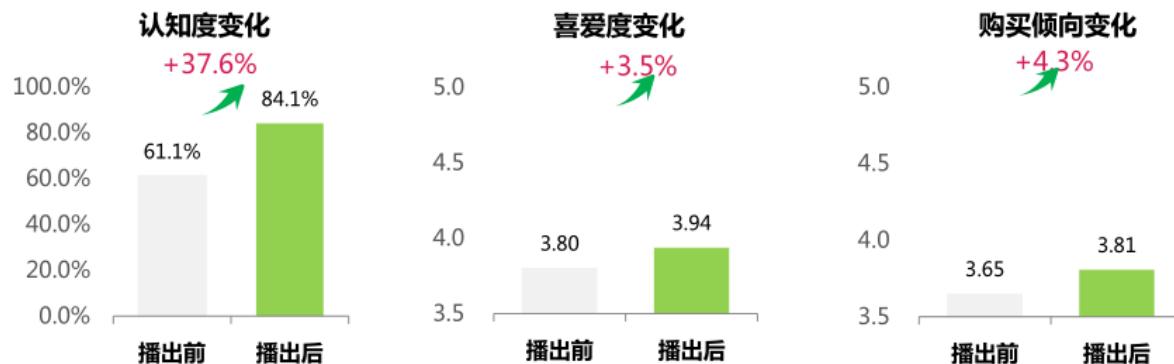
- Vivo智能手机的品牌回忆度在《奇葩说》第三季中整体成上涨趋势，且明显高于基准值以及手机品牌赞助的平均值；
- 在节目播出的最后一期中46.0%的观众可以回忆起品牌的赞助，品牌的回忆指数也达到最高值，为209.8；



Vivo智能手机-各指数变化

vivo

- Vivo智能手机在节目播出后，认知度提升了37.6%，喜爱度提升了3.5%，购买倾向提升了4.3%；



*数据来源：Admaster SEI赞助评估——《奇葩说3》

滿屏盡是看了節目買了vivo的親生粉！



wendy816 ★

前天下班，用打车软件叫车，司机是个六十多岁的大爷，我说：“叫车时，附近的车很多，您速度还挺快！”大爷说：“那当然，因为我今天换了个新手机，快得就要飞起来的vivo手机，比他们的手机快50%！”😂😂😂大爷是不是也看过奇葩说 @爱奇艺奇葩说

5月27日08:47 来自 搜狗高速浏览器

来自微博的网友评论，不少网友自发微博调侃“快到飞起来”与“vivo警报”，通过节目让网友对vivo产生浓厚兴趣并记住产品卖点，不少网友自发购买vivo产品，**直接拉动了产品的销售！**



Hey_MissZhang

买了一个“快的让你飞起来”的vivo手机。😂然后突然想起来，买这个手机的原因在于一直着迷于《奇葩说》。以至于马老师嘴里说出的广告都那么有吸引力。👏👏。然后就莫名其妙的想起来了那个邪恶的梗。👏👏@爱奇艺奇葩说 @马东。

4月10日 20:43 来自 够快才畅快vivo X6

收藏

轉發

評論



淘丽思MissU

看奇葩说着迷，去买了个vivo，不贵😂

6月9日 18:14 来自 告别不快vivo V3Max

收藏

轉發

评论2



doublemeiL ★

每次看奇葩说都有马东魔性的“vivo~vivo~vivo~”我要不要去买一部😂

3月19日 17:00 来自 微博 weibo.com

收藏

轉發

評論



苍蓝猛兽Kyle

奇葩说越来越污了，全程都是bibibi消音，“快得让你飞起来”的vivo连广告词都这么污，真是越来越符合我胃口！

3月5日 16:09 来自 微博 weibo.com

收藏

轉發

評論1



邻家帥氣美少男

#奇葩说#第三季第一集就是一直在找花希看肖骁和姜思达以及莫名get到vivo的梗😂😂脑补三分钟快到飞起来



3月4日 23:34

收藏

轉發

評論

