



Top
Mobile
Awards

华为畅享5英语武林争霸赛

- ◆ 广告主：华为终端（东莞）有限公司
- ◆ 所属行业：电子产品
- ◆ 执行时间：2015年11月23日-2015年12月6日
- ◆ 参选类别：媒介整合类



Top
Mobile
Awards

背景&目标



背景与目标

背景

随着移动互联网的高速发展，智能手机在中国已经成为每一个人的生活标配，同时，智能手机的市场竞争也随之越加激烈，尤其是针对年轻人市场，品牌纷纷布局这一领域，华为作为中国领先的手机品牌，从打造出Mate系列、荣耀系列后，针对年轻人市场推出了华为畅享系列。

目标

华为畅享5上市推广项目满足短效传播类的标准，有道利用短短两周的时间，为华为畅享5的新品上市在短时间内赚足了眼球，华为畅享5携手有道英语武林争霸赛，品牌与内容“双生共赢”的经典案例。



Top
Mobile
Awards

背景与目标

此次赛事是有道词典
首次举办的大型
线上+线下英语赛
事

针对**18-24岁**年轻上进学生用户，
强势引导关注吸引用户参与其中
赛事分为三部分：首先线上答题海
选**100人**，其次复赛精选**16人**，
最后线下决赛比拼
名人导师，校园地推，网台联动

有道英语
武林争霸赛

赛事完美匹配华为畅享5目标受众

TA占比

有道词典月活跃用户
8000w

18-24岁群体占比
40%

全网大学生用户
4600w

有道词典占比
70%



人群属性

自我

兴趣

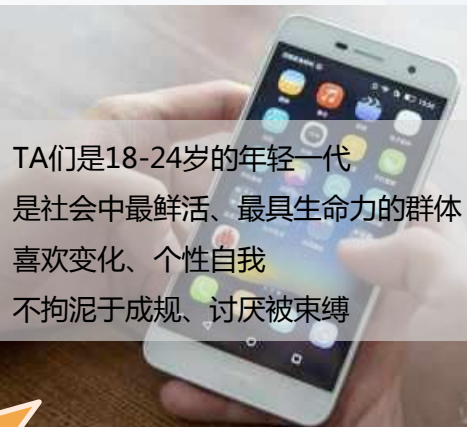
指向

渴望

被关

注

激情



TA们是18-24岁的年轻一代
是社会中最鲜活、最具生命力的群体
喜欢变化、个性自我
不拘泥于成规、讨厌被束缚

畅享5受众定义

有道年轻用户侧写



大学霸
32%出国留学

社交王
78%钟爱聚会活动

旅游迷
76%最关注旅游信息

运动咖
69%热爱运动



媒体事件

- 针对于学生用户在开学季、考试季，毕业季，策划了多样性的互动，参与用户均超过**200w**
- 2015年12月针对于考试冲刺季，特别策划有道英语争霸赛，与用户进行深度沟通，**预估总参与人数450w，覆盖人次7500w**



已进行初赛与复赛环节用户积极关注反响热烈

初赛海选线上答题，按照成绩排名筛选出100名选手



复赛环节线下面试从100人中挑选16人

- 有道团队搭配专业英语人员电话面试筛选出16人
- 高校推荐选手参与，预埋优质选手资源
- 同期给到16名选手舞台剧题目，提前进行准备，作为决赛当天第一个PK环节





Top
Mobile
Awards

洞察&策略





洞察与策略

洞 察

过去的赞助都是一维单线条的，基本上仅靠媒体方面的播出，如主持人口播、布景、片头冠名形式表现，而华为畅享5智能手机赞助有道英语武林争霸赛，以全新的短平快的打法，加大品牌参与力度，与有道共同调动多渠道资源，整合线下终端资源，以及线上有道词典硬广与原生广告资源。

目 标

面对移动互联网时代消费者时间的碎片化，有道词典为品牌营销创造新时点“华为英语武林争霸赛”，并充分激活与华为畅享5深度重合的3000万学生群体资源，在短短两周内，调动起他们的积极性参与到赛事当中，并在参与的同时，提升品牌认知度与好感动，作为一场大型的整合营销类活动，有道充分调动了线上线下资源，线下邀请名人与学生参与到活动当中，线上有道进行多轮主题性传播，以及趣味性答题植入等。



Top
Mobile
Awards

洞察与策略

12.6日赛事决赛万众期待
华为畅享5独家冠名合作
成功打造年底赛事营销

定制赛事独家总KV

线上+线下立体传播

覆盖几百万大学生受众

决赛现场多样植入

深入北京高校地推

网台联动强化报道

丰富媒体资源持续公关传播



Top
Mobile
Awards

媒介&执行



媒介 执行

在决赛前期，有道词典进行了移动端和PC端的整合营销，具体前期展示内容及位置如下：有道词典为赛事宣传和华为品牌展示有两端开机海报展示，两端首页焦点图和首页信息流，两端活动中心焦点图和推荐位置第一条，有道词典PC端第二条位置信息流推广，有道词典PC段弹窗广告，有道云笔记PC端左侧按钮，移动端官网主KV，PC端官网主KV，移动端官网底部banner和宣传视频左侧角标，PC端官网视频左上角标，移动端官网底部鸣谢，PC端官网底部banner和鸣谢区等。

在决赛当天赛事引爆过程中，有道词典进行跨媒体资源整合，开展线上线下传播，以及网台联动等。在线上传播中利用移动端词典首页主题信息流，PC端首页主题信息流，移动端互动答题也定制专题，移动端视频直播页，移动端图文直播页面等形式；在线下宣传中设有决赛现场多样化品牌植入，决赛现场选手回答定制题目等。

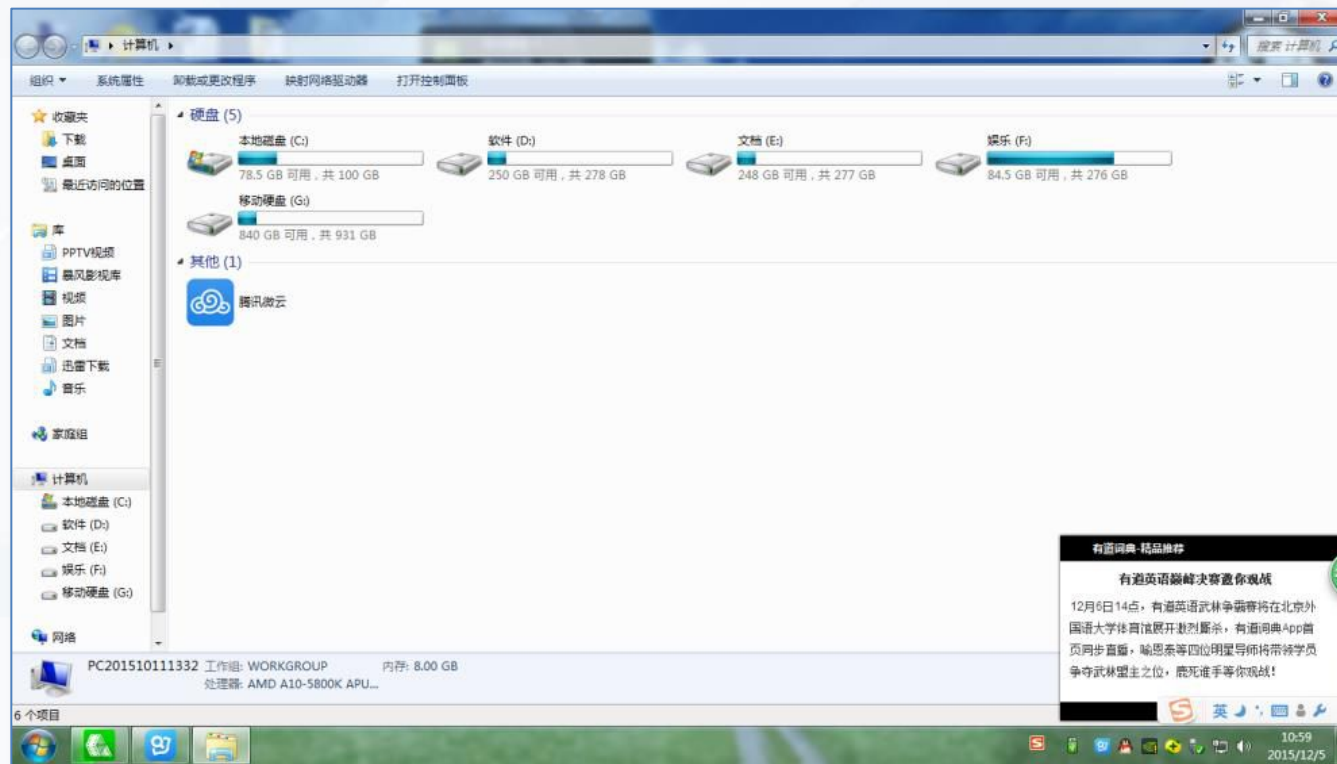
决赛前期有道平台全资源造势

两端开机画面



决赛前期有道平台全资源造势

有道词典PC端弹窗



决赛前期有道平台全资源造势

移动端官网主KV





Top
Mobile
Awards

媒介与执行

胸牌



选手
肩标



现场战
旗



指路牌



决赛线下现场多样植入



Top
Mobile
Awards

效果&反馈



效果与反馈

效果

本次华为畅享5有道词典英语武林争霸赛推广项目，仅有道词典上曝光量达2.5亿，有道词典内部广告位累积点击达90万次，超额完成预期KPI110%；外部媒体曝光量达5.2亿，活动传播精准覆盖600万学生群体。（数据来源：有道词典）

反馈

年轻人作为年轻化市场的新动力，品牌都在加紧布局年轻人消费领域，有道英语武林争霸赛，以短期赛事的形式，快速的聚集用户的目光，并通过互动的形式，快速的加深了消费者对于品牌的认知。



Top
Mobile
Awards

案例视频

http://v.youku.com/v_show/id_XMTcwMDY2MTEyOA==.html?beta&

观看密码: youdao123456

