

# GoPro带你乐游迪士尼直播

- ◆ 广告主：GoPro
- ◆ 所属行业：3C
- ◆ 执行时间：2016.6.15-2016.7.30
- ◆ 参选类别：视频直播营销类



Top  
Mobile  
Awards

---

# 背景&目标

# 背景&目标

- **品牌营销的背景和初衷是什么？**

【背景】 GOPRO相机是一款小型可携式带防水防震的运动相机，专为热爱旅行、自由、勇于挑战的人设计；

【初衷】 传达GoPro产品特性，扩大品牌知名度和美誉度；

- **最终想要实现怎样的目标？**

品牌希望绑定热点事件，实现目标人群的有效触达，提升品牌知名度的同时，传达GOPRO产品特性

- **目前面临的挑战和困境是什么？**

如何应对不同场景和环境使用产品进行直播；

怎样有效整合乐视四屏资源进行推广；

怎样制造社会化传播热点，最大化传播品牌价值；



Top  
Mobile  
Awards

---

# 洞察&策略

- **通过对目标人群的洞察有怎样的发现？**

GoPro专为热爱旅行、自由、勇于挑战的人设计，Gopro也用于记录每一次旅行，每一次出行

- **整个案例的核心策略是什么？**

借势上海迪士尼开园热点事件，最大化传达品牌特性，跟随乐视全球云直播&Gopro的镜头，踏上上海迪士尼奇幻童话王国之旅。

- **案例的最大亮点在哪？**

1. 邀请KOL体验官使用GOPRO产品游园，并在乐嗨直播平台直播；
2. 结合品牌定制《乐游天下》节目，邀请3组不同类别人员使用gopro产品，覆盖更广泛的人群，更具有代入感；
3. 乐视软、硬广配合宣传，社会化全程传播；



Top  
Mobile  
Awards

---

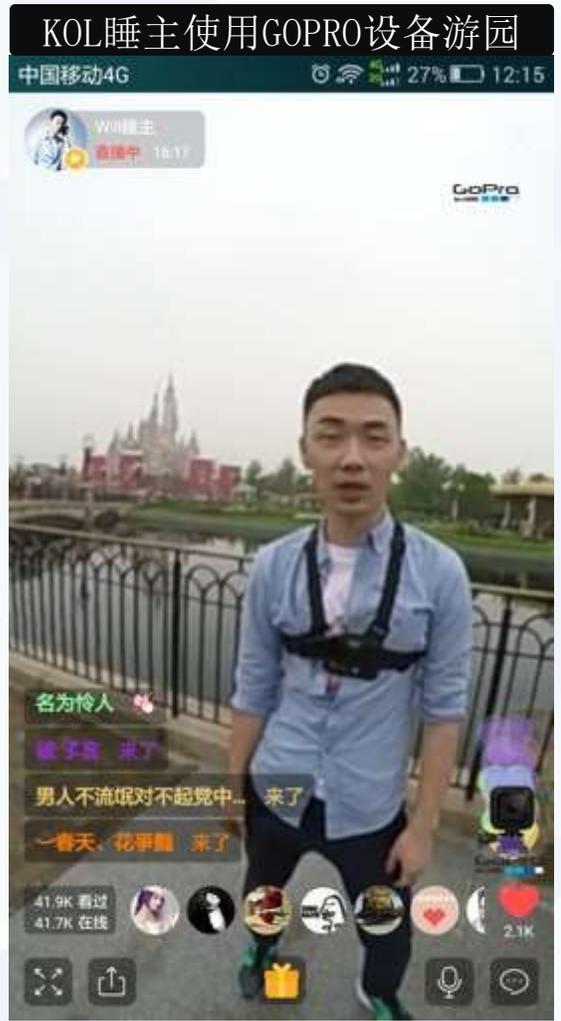
# 媒介&执行

# 媒介&执行

1. 邀请KOL体验官使用GOPRO产品游园，乐嗨全程直播，展现GOPRO产品不同功能；



乐嗨  
全程直播



## 2. 结合品牌定制《乐游天下》节目

邀请“情侣”“亲子”“单身狗”结合品牌产品拍摄三部游园短片

（乐游天下为首档“明星网友互动类旅游节目”，率先采用“私人订制”化模式。每期由网友票选出最想去拍摄地，并且邀请明星带队，全程跟拍记录明星与网友互动的旅游经历，开启全新旅游类真人秀节目形式）；

专题：<http://travel.le.com/izt/disney2016/index.html#vid=25607575>



## 3. 乐视软、硬广配合宣传，社会化全程传播

联合品牌LOGO及产品元素，定制传播主视觉、专题页面GoPro品牌banner广告、GoPro品牌专区、专题页底部鸣谢体现GoPro品牌Logo、专题内视频前贴展现GoPro品牌。

### GOPRO乐游迪士尼专题页

乐游天下&GOPRO迪士尼专题页全程承载直播&乐游迪士尼内容



### 社会化传播炒作

- 1, 引爆事件点
  - 2, 预热造势
  - 3, 舆论引导
  - 4, 社会化传播升温
- 媒体及自媒体跟进评论



### 提升品牌曝光



### 直播流贴片 直播水印

- 迪士尼开园直播贴片+水印
- 1、乐视云接入迪士尼直播信号
- 2、全程高清直播迪士尼开园



### 乐视内推资源携带GOPRO品牌权益





Top  
Mobile  
Awards

---

# 效果&反馈

## 【执行数据】

直播为期三天总参与人数429780人，乐视内推资源携带GoPro品牌权益乐视视频首页焦点图曝光量达169,699。