

冰露·纯悦X网易2016奥运合作“ 一路同行·走向里约”

- ◆ 广告主：纯悦
- ◆ 所属行业：饮用水
- ◆ 执行时间：2016.2.27-2016.9.1
- ◆ 参选类别：互动体验类

背景&目标



营销大背景

2016，众多品牌均重拳出击奥运营销

纯悦如何才能突围而出，成功吸引消费者的眼球？

2016里约奥运会



营销目标

纯悦目标

品牌推广

借势奥运契机，海量资源

强势曝光

产品优势传递

价值传播

弘扬品牌价值文化

行走公益

持续发热



洞察&策略

用户洞察

行走越来越**可量化、可视化及社交化**

用户晒出自己的行走成绩，**追求排行榜上的排名**
不论知名人士、公益组织，亦或是普通百姓
都纷纷加入到**用行走做公益**的行列中.....

用运动参与公益



思考

网易携手纯悦汇聚全民关注热点

以里约奥运会+行走+成就感+新公益

打造全民参与的大型奥运公益项目

以奥运的名义，号召全民行走，众筹点亮全球地标的同时
为缺水地区儿童捐赠可信任的饮用水

奥运新营销



奥运公益项目传播主题：一路纯悦·走向里约

三大升级 助力营销推广



内容升级

(创意H5+线上直播)



互动升级

(线上线下联动+奖励机制)



资源升级

(新闻用户端+黄金广告位)



营销推广TIMELINE

预热期

2月27日~4月28日

高潮期

4月29日~7月28日

引爆期

7月29日~8月3日

延续期

8月4日~9月1日

内容
升级

预热H5

倒计时100天
BIGDAY
发布会

“里约大冒险”直播

总结H5
(图文、视频、
专题)

互动
升级

线上

社交

奖励

线下

点亮地标

“里约大冒险”
当地居民互动

资源
升级

黄金资源位

新闻客户端升级

固定活动入口

黄金资源位

媒介&执行

预热期

创意互动

创意H5铺垫公益运动之旅

生动演绎行走意义，迅速吸引人群目光



重磅推广

新闻客户端黄金资源位强势推广

深度融合行走的意义概念，引发用户深思与关注



体育栏目-信息流



跑步栏目-焦点图

高潮期

借势100天BIGDAY 汇聚纯悦、网易、运动员三方力量 共同开启资源升级，互动升级的推广序章



平台升级

新闻客户端升级7.0新版本协助推广

打通用户健康数据，建立行走资源与公益捐助纽带



打通用户健康数据，与互动里程关联，完美契合行走公益

固定入口

新闻客户端2大黄金资源位长期开放

构筑固定活动区域，扩大活动参与度



新闻客户端-体育频道



新闻客户端-活动广场

公益互动

里程数直接转化为捐赠数，让用户“走”在其中

公益行为趣味参与，引发行走参与热潮



告知用户同步里程数，故事介绍回顾

解锁城市，完成公益目标

激励体系

以行走收集不同图标，获取丰厚礼品

丰富的奖励机制，引发网友参与热情



立马理财10元红包 一份

复制兑换码

网易1元购3元红包 一份

去使用

网易考拉海购6元红包 一份

复制兑换码

立马理财10元红包 一份

复制兑换码

立马理财10元红包 一份

复制兑换码

立马理财10元红包 一份

复制兑换码

行走社交

解锁城市，邀请好友一起参与公益行走

线上点亮图标分享二维码，裂变式引爆参与量



有一种社交，叫行走社交

点亮地标

线上行走数达到一定数额，线下点亮关键性城市

点亮标志性城市，将活动气氛推向最高潮



伦敦 7.17日

- Covent Garden (考文特花园)
- York Road (近滑铁卢火车站)
- The Tate Gallery of Modern Art (泰特现代艺术馆)
- The National Gallery (英国伦敦国家美术馆)

线下点亮城市地标

东京 8.20日

东京新宿电子屏套装



注：
伦敦为2012年奥运会举办城市
东京为2020年奥运会举办城市

引爆期

直击里约

落地里约，将纯悦带至奥运现场，扩大事件影响力

线上线下齐互动，里约玩法大升级



直播互动

3场真人秀“里约大冒险”，将纯悦融入互动中

趣味直播互动，再度升华项目基调



直播 聊天空



我们为每个人都准备了一瓶纯悦矿泉水，由于沙子松软会陷力，因此在沙滩上行走很奔跑都是会消耗体力的事情。

我想说两句



直播 聊天空



我想说两句



直播 聊天空



我也来

我想说两句

强势推广

奥运、体育、跑步三大关键领域全覆盖

黄金资源位推广，扩大活动声量



跑步-焦点图

体育-奥运文字链

跑步-信息流

体育-信息流 跑步-信息流

总结专题

以行走搭载公益，让用户“走”在其中

公益行为趣味参与，引发行走公益参与热潮



效果&反馈

效果&反馈

“一路纯悦·走向里约”媒体域内传播资源汇总



互动H5总PV
146万+

累计步数
2.22亿公里

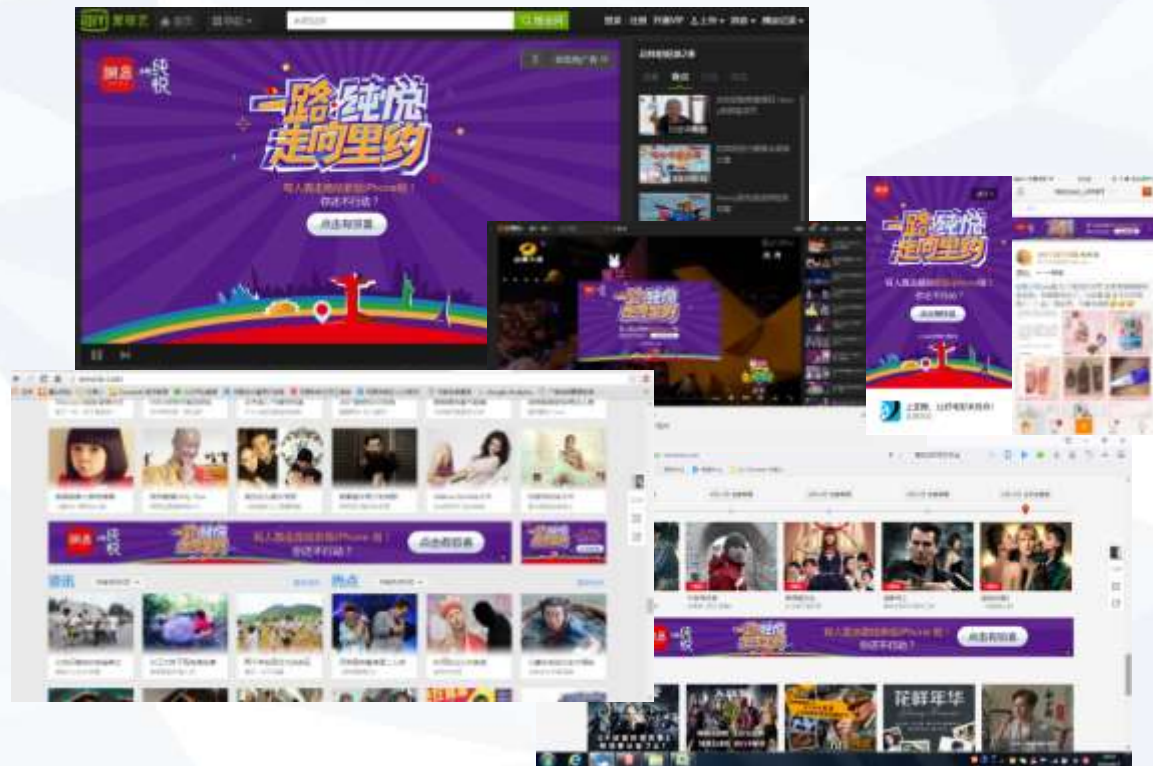
直播参与量
80万+

品牌总曝光达

6,223,354,810

效果&反馈

“一路纯悦·走向里约”域外传播资源汇总



域外平台

17

新闻稿

5

微博&微信自媒体

14