

雪佛兰科鲁兹 “把冠军交给我” 奥运移动营销

- ◆ 广告主：雪佛兰科鲁兹
- ◆ 所属行业：汽车行业
- ◆ 执行时间：2016. 8. 6-2016. 8. 22
- ◆ 参选类别： 内容营销类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

奥 运

2016年全年最热点大事件

万众瞩目，吸引全国人民的注意力。中国人的冠军情缘已经成为奥运营销的主流关注。

科 鲁 兹

新车上市，肩负奥运欢呼使命

为中国对呐喊助威，以“把欢呼交给我”为传播创意，唤起网友对中国奥运健儿的大气喝彩，同时为科鲁兹的新车提升曝光了，收集销售线索。



- 迎合用户观战奥运的移动趋势，实现科鲁兹新车强曝光露出与内容合作。

CHALLENGE



如何抓住用户在奥运期间的浏览习惯？

如何让营销内容更原生？

通过互动与内容提升雪佛兰全新科在奥运大事件的影响力

传播预算

A : 5万以下 B : 5-10万 C : 10-20万
D : 20-50万 E : 50-100万 F : 100-200万
G : 200-500万 H : 500-1000万 I : 1000-2000万
J : 2000-5000万 K : 5000万-1亿 L : 1亿以上

请填写预算选择

Please make a budget option [E]



Top
Mobile
Awards

洞察&策略



■ 25-35岁对生活充满热情的挑战派

阳光、热爱运动、敢于尝试新鲜

■ 关注体育奥运，强烈爱国情怀

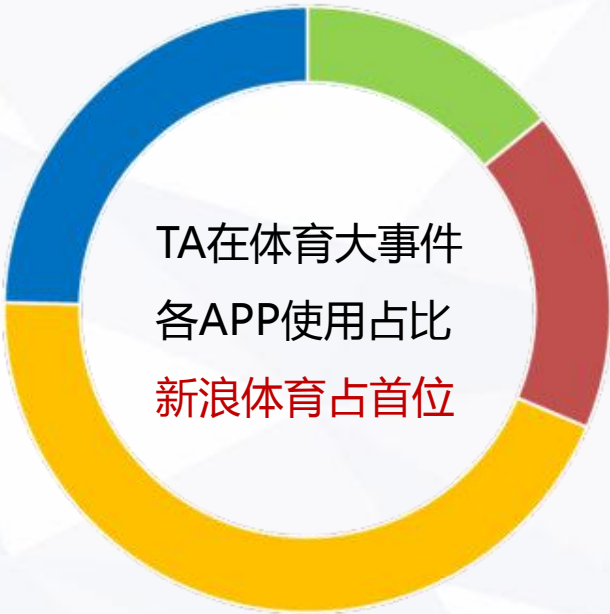
奥运大事件的追随者，他们乐于竞猜为中国队欢呼

■ 爱车一族，追求个性的驾驶体验

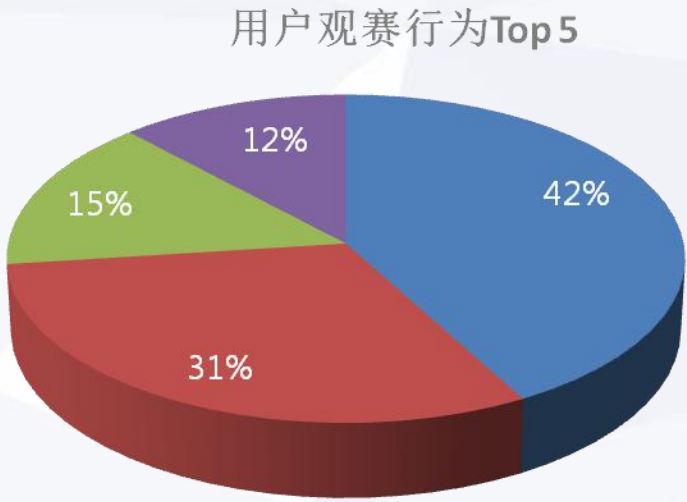
喜欢各种新车资讯活动，正能量的生活方式享受驾车乐趣

新浪体育是年轻人群关注奥运大事件的黄金平台
新浪微博是年轻人群热议奥运趣闻的首选平台

25-35岁年轻人喜欢跟随奥运话题，在社交平台抒发奥运爱国情怀，创造舆论讨论
兴趣标签：体育、汽车、运动、健身。是汽车受众的核心价值用户



新浪体育 新浪微博 新浪新闻 其他



奥运竞猜 冠军资讯阅读 名人选手话题转发 发布奥运个人意见

移动端呈现，紧抓用户浏览行为





Top
Mobile
Awards

过程&实施

新浪体育移动原生内容打造

根据奥运赛程**每日更新**最专业的夺金**预测**指南

贯穿奥运竞技全程，用**原生**奥运素材吸引用户H5互动

8/6

开幕

贯穿全奥运17天进程

XX

XX

8/22

闭幕

8.8
金牌赛程

选择你认为能够夺金的项目
开始预测, 为冠军助威吧!

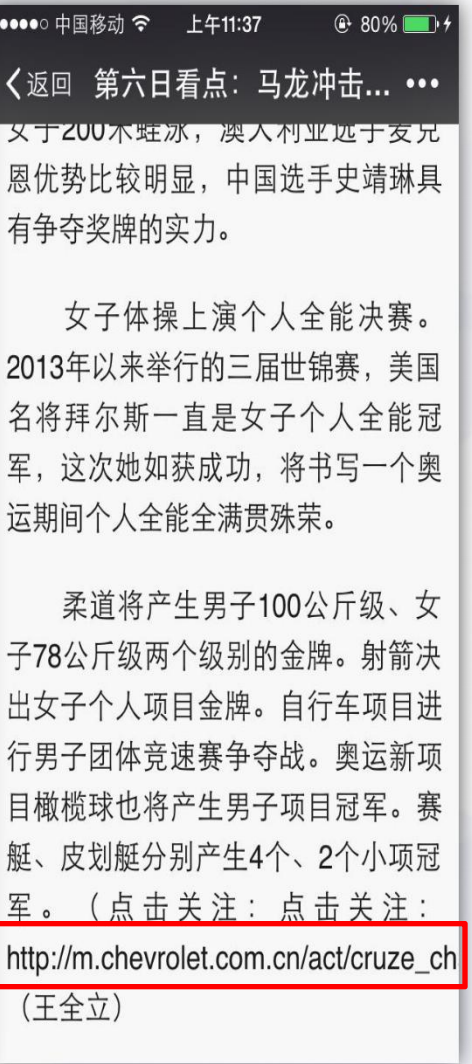
举重-女子53公斤级
龙门小公举以实力赢天眷。
获胜奖励 +200 我要助威 >>

跳水-女子双人三米板
四朝元老欲称王。
获胜奖励 +100 我要助威 >>

击剑-男子花剑个人
花样剑客剑指卫冕。
获胜奖励 +300 我要助威 >>



原生化移动软文打造，导流用户互动欢呼



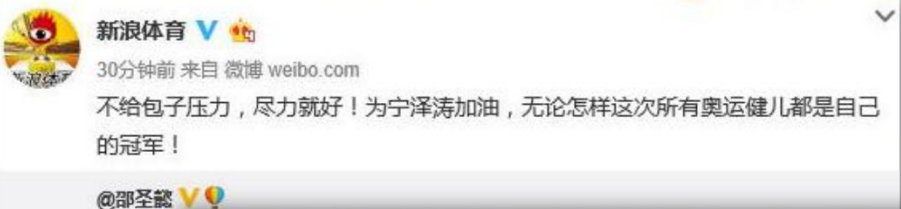
通过围绕奥运每日冠军的报道及故事，原生化植入“把冠军交给我”概念，导流用户至H5竞猜

抓取奥运最具话题看点第五日至第九日

共产出5篇原生软文



KOL大账号原生内容发布，冠军欢呼名义导流用户互动



CCTV5名主持邵圣懿



☆ 收藏

🔗 200

💬 127

👍 1845



8月7日 10:55 来自 微博 weibo.com

8月8日，中国队应该会有收获，举重、射击、柔道等项目都有机会冲击金牌，不过我相信大家最期待的可能是跳水！大姐大吴敏霞将向女子双人3米板冠军发起冲击，如果卫冕，则将收获第五块奥运金牌！超越郭晶晶！大家一起来预测下明天有哪些冠军吧，#把冠军交给我# 附上预测通道：网页链接



资深体育媒体达人 颜强

☆ 收藏

🔗 436

💬 163

👍 403

3位大账号发声，利用影响力创造粉丝覆盖声量：
央视主播邵圣懿
体育自媒体达人颜强
新浪体育

移动平台最优曝光，创造绝对活动声量



新浪体育+新浪新闻+微博
最优质资源为活动助推



Top
Mobile
Awards

亮点&创意

创意亮点

- 每日更新项目素材：趣味性最大化，有效留住用户，强化用户粘性，强化品牌认知
- 原创文案支持：专业内容构建，用户在参与活动的同时也能了解不同体育项目知识
- 移动化内容输出：用移动独占式内容互动，创造奥运期间的用户行为有效贴合接触





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

1-移动竞猜互动：借力奥运大事件，创造价值人群深度接触

优质化原生内容创造万人奥运移动狂欢



17天赛程新浪体育专业内容产出

51篇

直接参与互动人数总计超

2万2千人

参与+转发影响力覆盖超近

3万人次

	微博	微信	总人数
参与人数	19,858	2,677	22,535
转发人数	1,393	195	1,588
转发次数	1,658	348	2,006

微博在参与人数、转发人数和转发次数在传播中占主导地位
占比分别为88%，87%和82%。

2-大账号影响力传播：千万级粉丝覆盖



新浪体育

30分钟前 来自 微博 weibo.com

不给包子压力，尽力就好！为宁泽涛加油，无论怎样这次所有奥运健儿都是自己的冠军！

@邵圣懿

这几天被运，更多人见人



邵圣懿

8月10日 10:30 来自 微博 weibo.com

这几天被傅爷的表情刷屏，反倒让很多人对奥运有了新的认识，也会有一些反思，这一届奥运，更多的是轻松、快乐一些。我相信，明天宁泽涛的比赛，也不仅仅是看输赢，实力鲜肉也是人见人爱，不过，你会段子么？哈哈，让我们为这位天才加油，加油通道：[网页链接](#)

CCTV5名主持邵圣懿



☆ 收藏

200

127

1845



颜强

8月7日 10:55 来自 微博 weibo.com

8月8日，中国队应该会有收获，举重、射击、柔道等项目都有机会冲击金牌，不过我相信大家最期待的可能是跳水！大姐大吴敏霞将向女子双人3米板冠军发起冲击，如果卫冕，则将收获第五块奥运金牌！超越郭晶晶！大家一起来预测下明天有哪些冠军吧，#把冠军交给我# 附上预测通道：[网页链接](#)

资深体育媒体达人 颜强



☆ 收藏

436

163

403

3位KOL转评赞总数达 6,150

合作期间共带来
评论数：498 转发量：837
点赞数：4,770

3-移动优质曝光：创造品牌高曝光高点击



新浪体育+新浪新闻+微博
最优质资源为活动助推
超额完成预期KPI



硬广曝光总PV	90,510,415
PV总完成率	111%
硬广总点击数	1,451,431
Click总完成率	379.16%

总效果汇总

雪佛兰科鲁兹“把冠军交给我”奥运营销创造**亿万级**曝光声量，近**3万人**互动参与量
超过**1万次**的二次声量传播
实现品牌奥运营销的**原生化**，提升品牌社会责任形象以及用户对品牌的口碑



“把冠军交给我”
H5互动

全奥运赛程17天，新浪体育产出共计**51段**原生内容

互动H5动员超**2万2千人**直接参与

大账号助阵

3位体育KOL覆盖**千万**粉丝，创造**6150**转评赞二次传播

软文内容

5篇奥运看点软文导流互动，共创造**290,798**浏览数

优质曝光

总PV达**9千万**，总点击超预期近**4倍**，超KPI **111%**

“把冠军交给我” 雪佛兰科鲁兹奥运移动原生营销意义

移动化

合作平台

结合奥运大事件用户的移动浏览趋势，选择移动为主的合作平台。通过互动与优质曝光移动化有效触达受众。

原生化

合作内容

用每日更新化的奥运内容，为用户创造高粘性体验。用“助威”式的软文与KOL内容导流用户深度互动。为科鲁兹新车赢得上市口碑。