

东风悦达起亚KX5竞军欧洲杯

- ◆ 广告主：东风悦达起亚
- ◆ 所属行业：汽车行业
- ◆ 执行时间：2016.6.10-2016.7.11
- ◆ 参选类别：创意类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景目标



- 起亚成为2016年欧洲杯官方合作伙伴
- 东风悦达起亚KX5荣耀上市，需借力造势收集销售线索

HOW

**如何基于新浪移动端优势
通过创新传播形式及玩法吸引目标用户参与**



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 [G]



Top
Mobile
Awards

洞察&策略



■ 80后90后充满激情的时尚人群

感性富有挑战精神

■ 感官至上的购车理念

购车时关注品牌性格，对品牌有偏好

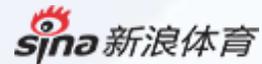
■ 热爱运动，释放自我

男性占多数，追求健康活力，多为球迷

媒体受众属性

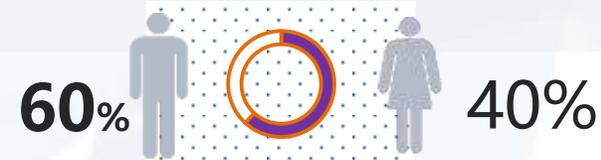


微博用户属性



新浪体育移动端用户属性

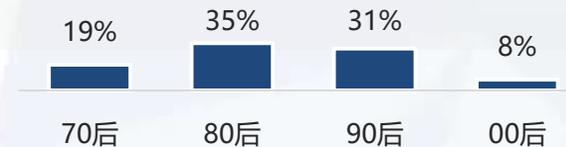
人群性别占比



人群职业分布



兴趣人群年龄分布



东风悦达起亚欧洲杯定制营销策略

东风悦达·起亚KX5竞军欧洲杯



利用社交网络和体育垂直平台层层渗透泛球迷及真球迷人群

品牌曝光与精准人群触达



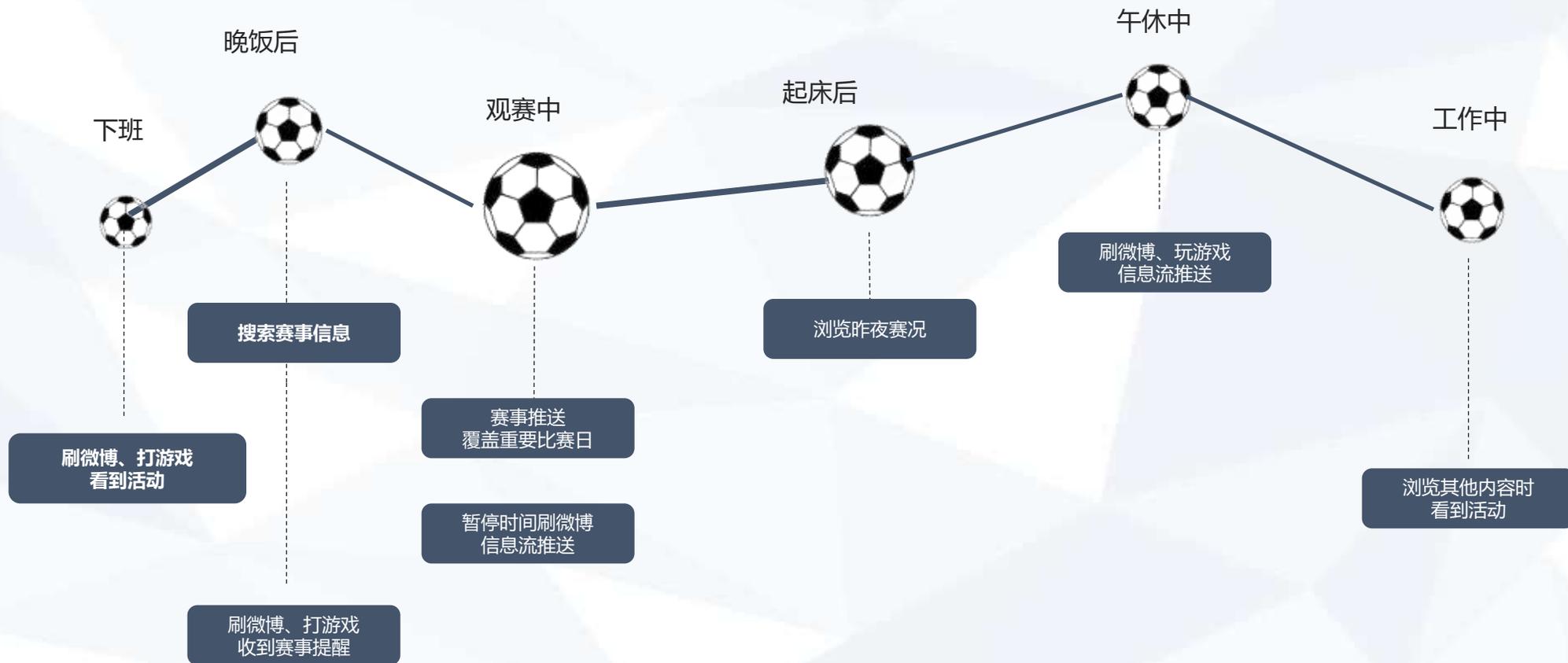
Top
Mobile
Awards

过程&实施

项目执行



新浪体育移动端媒介矩阵 覆盖球迷24小时浏览轨迹



高粘性互动机制提升转化率

1. 贴合兴趣导向



一键站队亮出你的立场

2. 降低收集门槛



微博大数据
默认用户信息

大数据轻松线索收集

3. 提升参与粘性



- 每日单场竞猜
- 重新投注冠军

玩法吸引反复参与分享



Top
Mobile
Awards

亮点&创意

互动亮点-一键站队

6.11-7.11

创造性玩法-开赛即投注冠军，同时满足真伪球迷心理

- 满足真球迷急于支持主队心理
- 终极大奖率先抓住泛球迷用户



互动亮点-线索收集

自然留资环节-确认投注同时导入默认信息，快捷不生硬

• 微博庞大用户群数据库支持线索收集



互动亮点-紧贴赛程

超强互动粘性-紧贴每日赛事进程辅以阶段大奖牢牢抓住用户

- 每日赛事一键即可竞猜
- 每日均可参与抽奖



媒介亮点1：创新媒介引领高效转化

微博雷达-

别出心裁的以足球代替常规微博雷达ICON
覆盖重点BIGDAY节点，引爆超强关注！

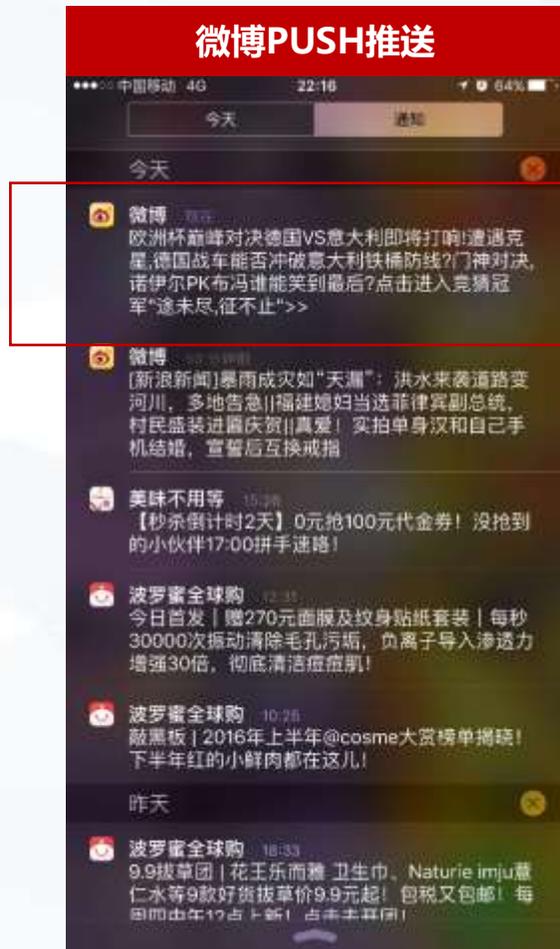
绝妙创意 吸引点击



媒介亮点2：贴合赛程推送提升1对1覆盖效率

强制曝光- 重要比赛节点强制曝光，全面覆盖微博注册用户

人群覆盖- 全面覆盖微博用户中汽车兴趣人群



媒介亮点3：赛事原生广告绑定资讯入口

绑定资讯-

欧洲杯期间全程覆盖赛前赛后赛事资讯获取路径

体育APP移动端焦点图



欧洲杯PC体育频道首页



媒介亮点4：锁定足球精准人群

品效通- 基于新浪大数据针对所有提及足球的微博真球迷、泛球迷推送活动内容



关注足球KOL
足球业内从业人员

关注足球媒体
体育垂直媒体帐号

关注球星聚会



个人兴趣标签
足球类标签用户

媒介亮点5：裂变传播长尾覆盖球迷碎片时间

信息流- KOL账号针对汽车兴趣人群推送原生微博内容

微博汽车内容转发



微博垂直账号矩阵内容转发



数十名汽车垂直KOL参与转发



媒介亮点6：长效引流覆盖球迷浏览偏好

固定入口-

固定入口覆盖爱好娱乐资讯、游戏的年轻人群





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

活动表现-品牌曝光席卷互联网



短短30天累计触达网友
12.2亿人次



1,223,565,441

广告总PV

7,343,192

广告总点击

0.60%

点击率

活动表现-媒介推送矩阵带来专题热度爆棚



专题互动率 (互动数/UV)

26.8%

3,108,479

活动专题PV

2,906,097

活动专题UV

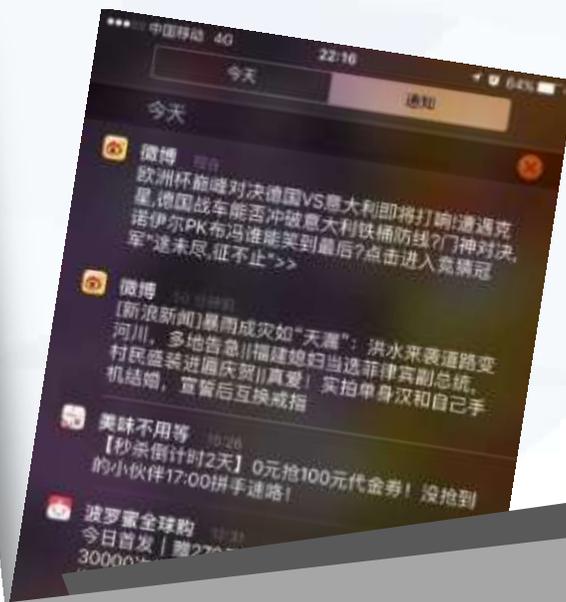
777,804

累积互动量

活动表现-创新媒介带来传播效果飞升



点击率高达 **0.86%**



点击率高达 **3.78%**

创造性的将微博雷达ICON替换为更具吸引力的形式

微博PUSH强制1对1覆盖所有装机用户

MAX

活动表现-竞猜游戏机制表现出超高粘性



平均每个网友

玩30次

共吸引 **25528** 人参与互动

微博分享产生二次传播

97493次



活动表现-媒介配合BIGDAY创造互动高潮



活动表现-名人大V助推发酵

覆盖粉丝 3345万



半年一保养
111万



精挑细选二手车
98万



改装是狂热的
330万



品味特烦恼
93万



爆笑车生活
95万



车媚
101万



汽车娱乐大法
113万

改装保养类



15名汽车KOL参与转发

汽车生活类



高个大脚
58万



开车旅行
94万



大师拍车
189万



秀逗了的流氓时间
76万



微博汽车
1132万

汽车资讯类



车迷头条
656万



汽车播报家
84万



买车纠结症
115万



活动表现-竞猜游戏引爆欧洲杯热门事件

热度升级

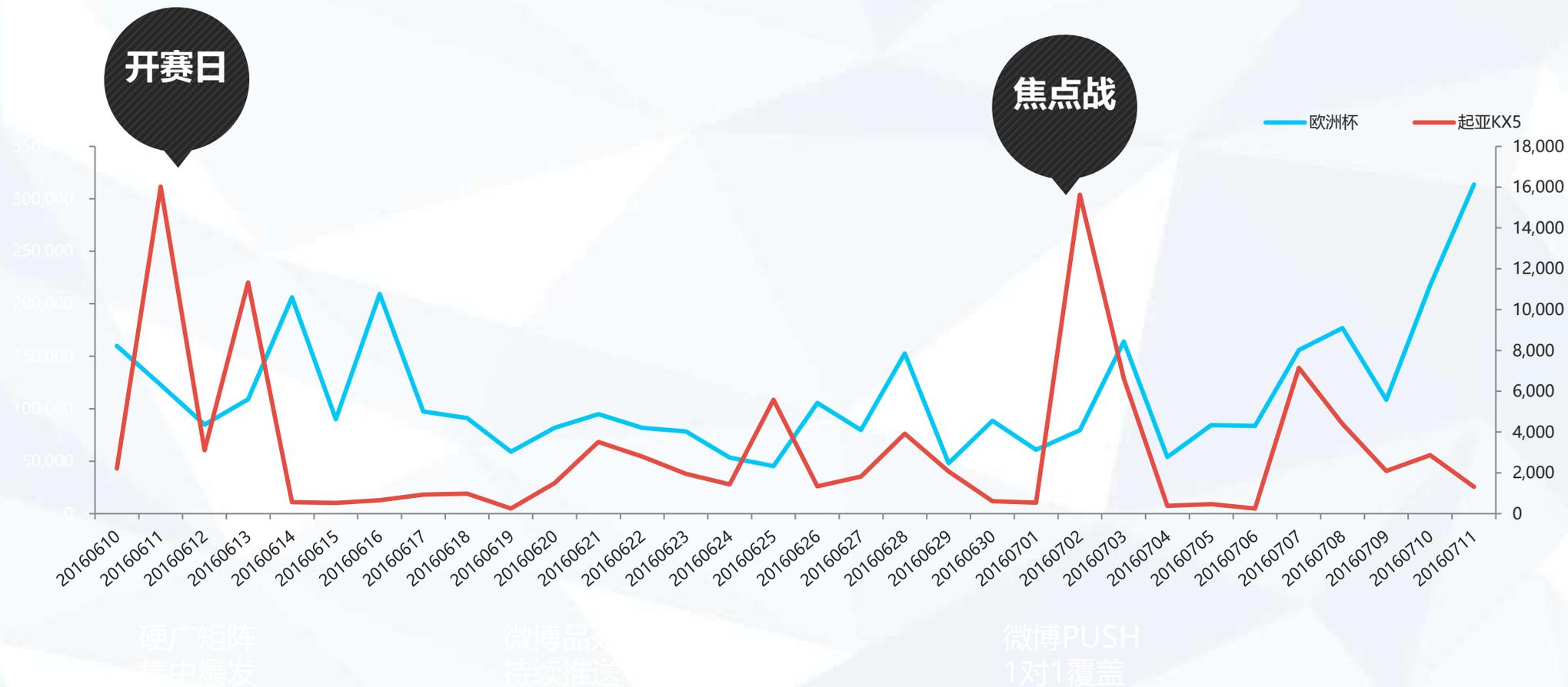
无推广情况下登录百度搜索热门搜索第一页



品牌提升-热点营销带动了起亚KX5声量飙升

“KX5”和“欧洲杯”的关键词提及量分析

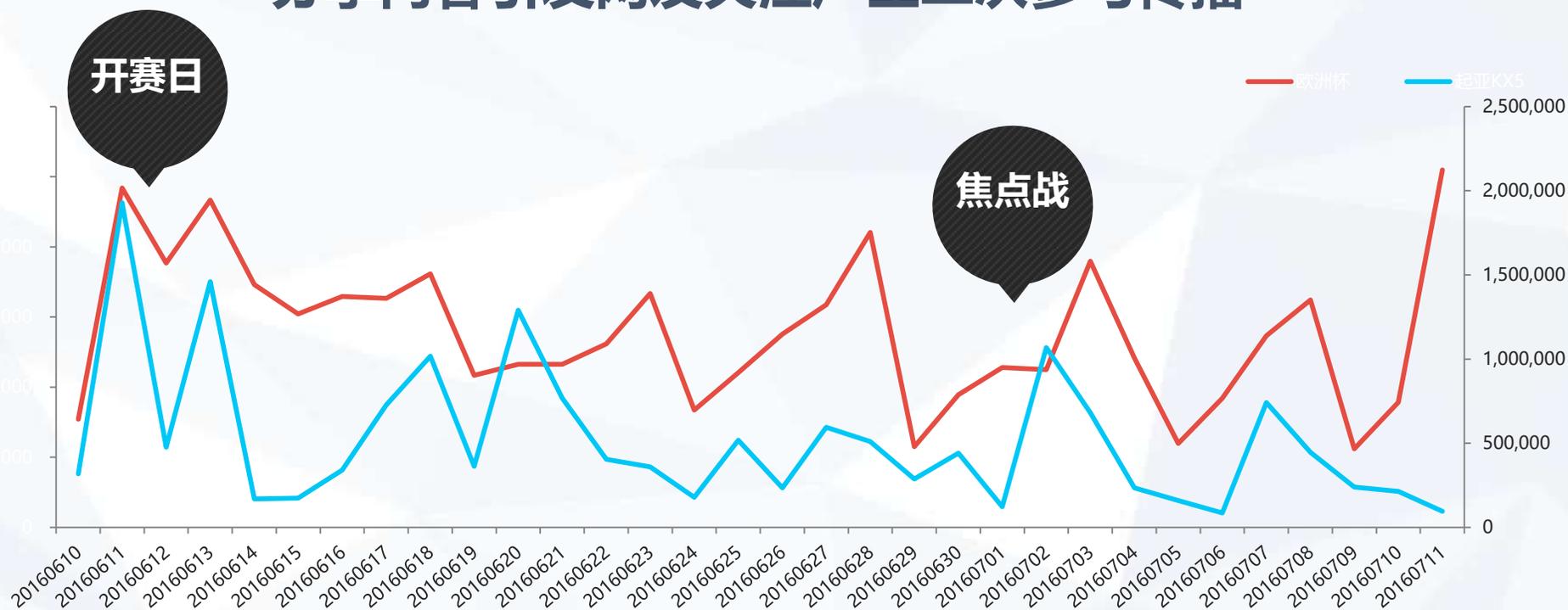
游戏的参与及分享，带来品牌热度全面提升



品牌提升-热点营销带动了起亚KX5声量飙升

“KX5”和“欧洲杯”的关键词阅读趋势分析

分享内容引发网友关注产生二次参与传播



硬广矩阵
集中爆发

微博互动通
持续传播

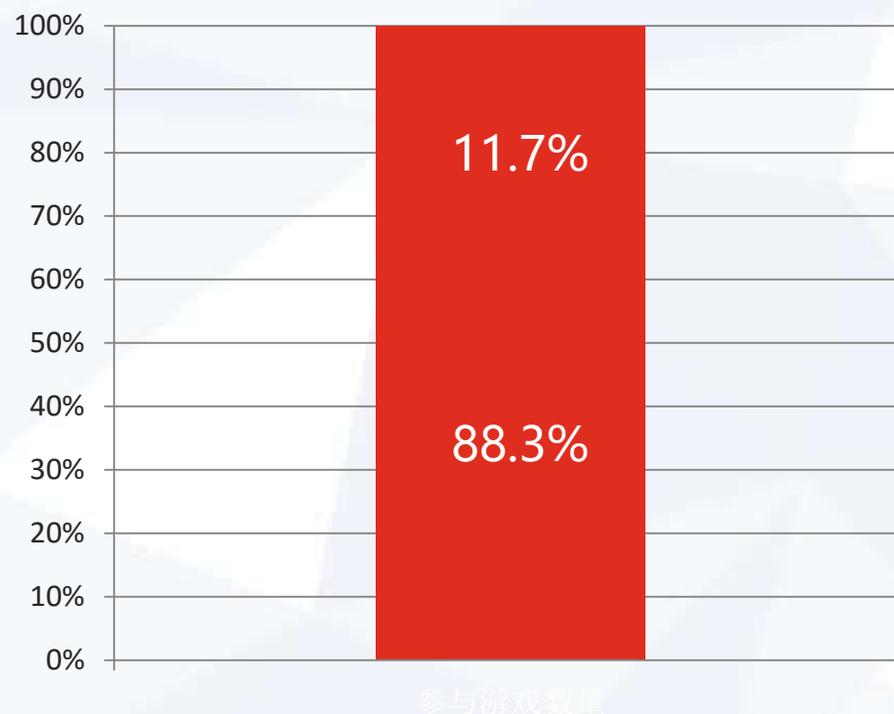
微博PUSH
1对1覆盖

品牌提升-热点营销带动了起亚KX5广泛认知

- 参与游戏的用户中，95%为普通用户；大V 中有**72%**为橙V用户
- 非汽车标签用户占比为**88.3%**，游戏吸引了更多潜在新用户参与，增加品牌认知



■ 普通用户 ■ 橙V ■ 蓝V

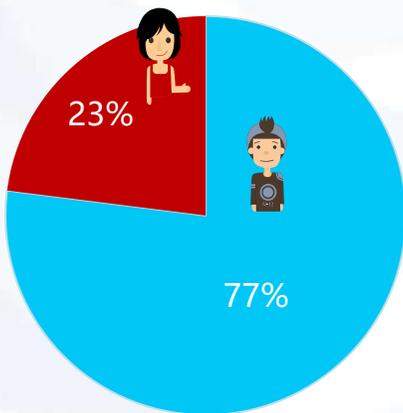


■ 非汽车便签用户 ■ 汽车标签用户

品牌提升-有效覆盖KX5精准人群

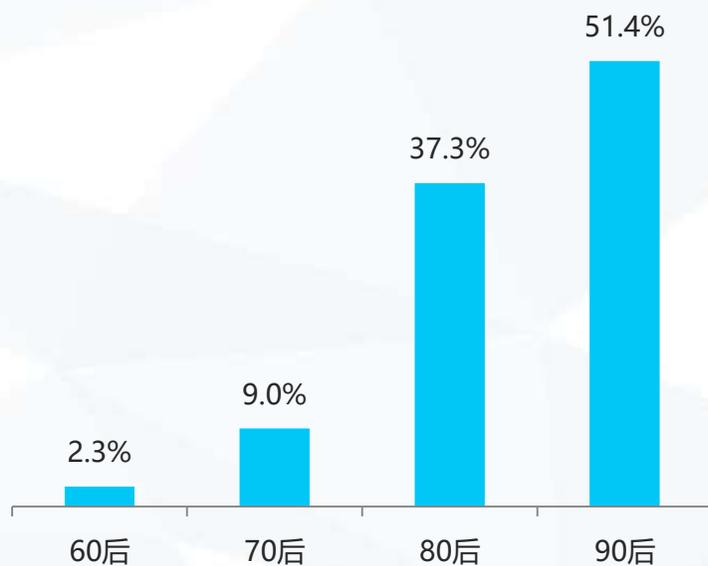
参与游戏人群中，男性占比**77%**，以80、90后为主，各级城市分布相对平均

性别



■ 男 ■ 女

年龄



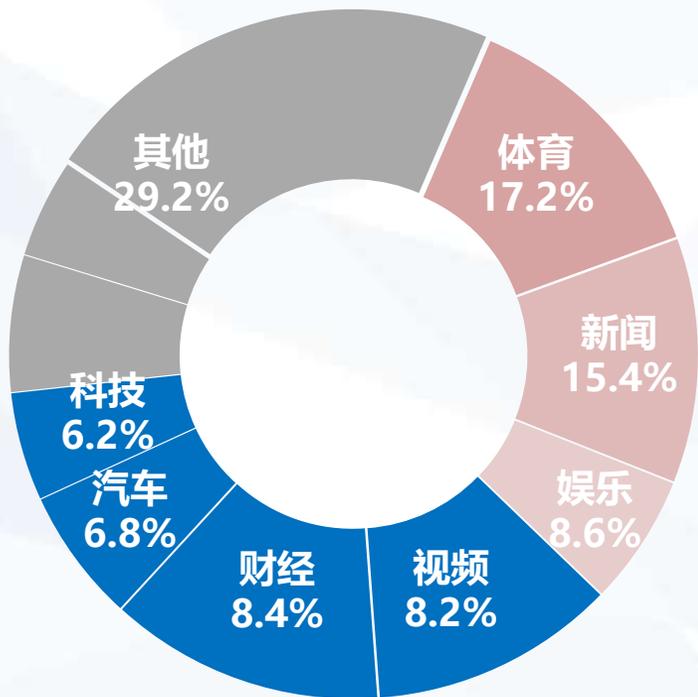
城市级别



品牌提升-有效覆盖KX5精准人群

竞猜游戏人群符合核心兴趣偏好的占比达 **70.8%**

频道偏好体育、新闻、娱乐频道



兴趣标签中，媒体、互联网、体育等占比较高



销售提升-帮助KX5以惊人速度完成销售任务



25528

活动期间收集潜客

200%

最终超越KPI



相当于潜在销售额 **4亿**

东风悦达起亚KX竞军欧洲杯战略合作意义

大量优质线索

通过互动成功收集到超过预期200%的有效销售线索，为后续车型促销提供强有力支持

平台合作模式

证明新浪体育在移动端人群覆盖的巨大优势。这种精准人群+创新互动形式的传播模式是高效的、可复制的