



2018 vivo 微博非凡世界杯案例回顾

目录

CONTENTS

PART ONE

营销战绩

PART TWO

需求背景与策略推导

PART THREE

如何利用微博助力vivo世界杯营销

PART FOUR

具体营销规划

营销战绩

01



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018



品牌营销指标总览

品牌指标&广告创意指数皆有积极表现

品牌指标



29.3%↑_日

认知度



56.8%↑_日

喜好度



178.3%↑_日

预购度



81.6%↑_日

推荐度

广告创意指数



56.8%

品牌识别度



75.7%

关键信息传递



17.9%

广告喜爱度

- ✓ 世界杯营销后，曝光组认知度达到同等竞品水平
- ✓ “非常喜欢”与“比较喜欢”丝毫度有明显提高
- ✓ 对品牌产品预购有积极影响
- ✓ 用户自发推荐意愿“非常可能”及“比较可能”增长接近100%

•提升率 = (曝光组 - 非曝光组) / 非曝光组

•*表示非常XX及比较XX加总的的结果

•图中绿色数字表示与非曝光组相比，在90%的置信度下，曝光组有显著提升



最强世界杯盛典

“非凡”营销规划，赢得知名媒体自发为vivo世界杯营销站台背书

央视自媒体带vivo权益



央视公众号带vivo角标、小尾巴权益露出

媒体自发为品牌互动炒作



王嘉尔（Jackson Wang），1994年3月28日出生于香港，中国香港流行乐男歌手、主持人，男子演唱团体GOT7成员。2014年1月16日，以男子演唱团体GOT7成员的身份出道；同年，获得SBS演艺大赏综艺部门男子新人奖。2015年，与何炅搭档主持腾讯视频明星美食类脱口秀节目《拜托了冰箱》。2016年，与何炅搭档主持湖南卫视明星

东方网助力vivo非凡承诺书 社交事件刷屏

来自媒体的“点赞”背书



通过这些方式，已经起到一些效果。据vivo介绍，美通社监测到的数据显示，在所有世界杯赞助商中，vivo20%的媒体声量仅低于体育品牌阿迪达斯的22%。而国内的媒体数据显示，来自中国的世界杯赞助商中，vivo一家媒体声量占比超过60%以上。

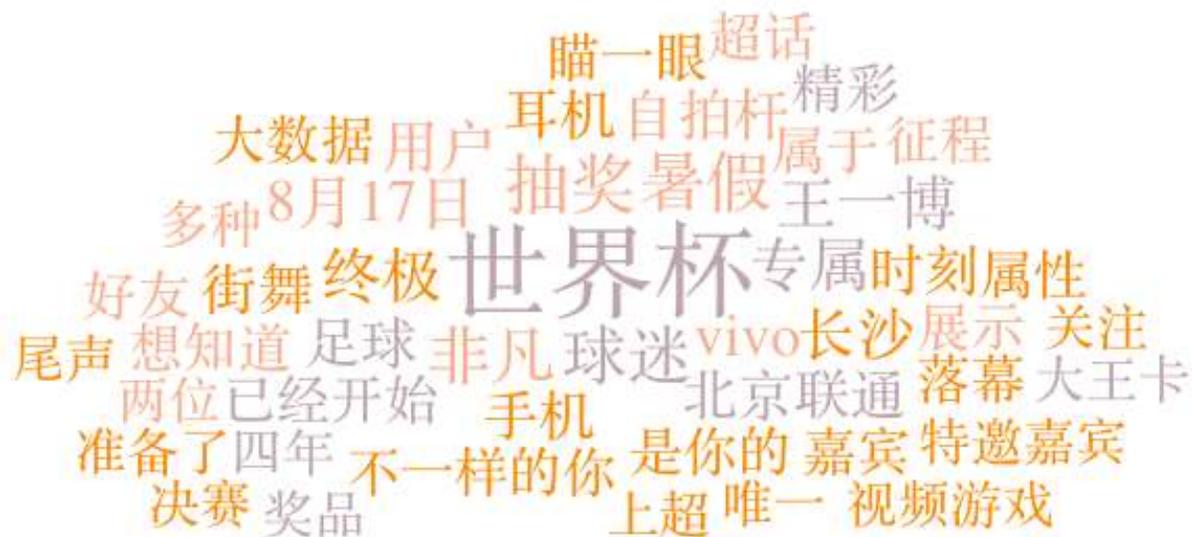
多家知名媒体自发为vivo世界杯营销打call



品牌印象教育完成，“世界杯”、“非凡”深入人心

世界杯营销有效提升品牌微博热度值，与体育盛事关联度形成

■ 世界杯



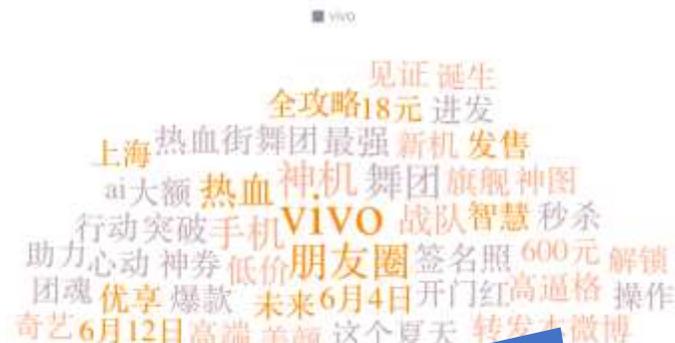
图中词语字号越大表示该词语提及量越大，反之越小

©微热点(微舆情)全网数据 2018.06.13至2018.07.16

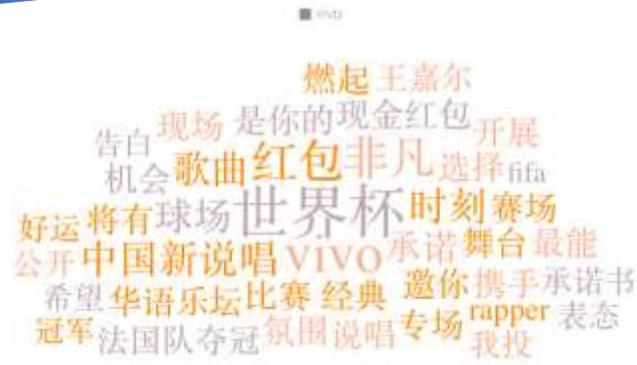
世界杯关键词云

截止决赛落幕，“世界杯”与“vivo”、“非凡”形成明显关联，品牌理念教育形成

vivo微博热度值&关键词云



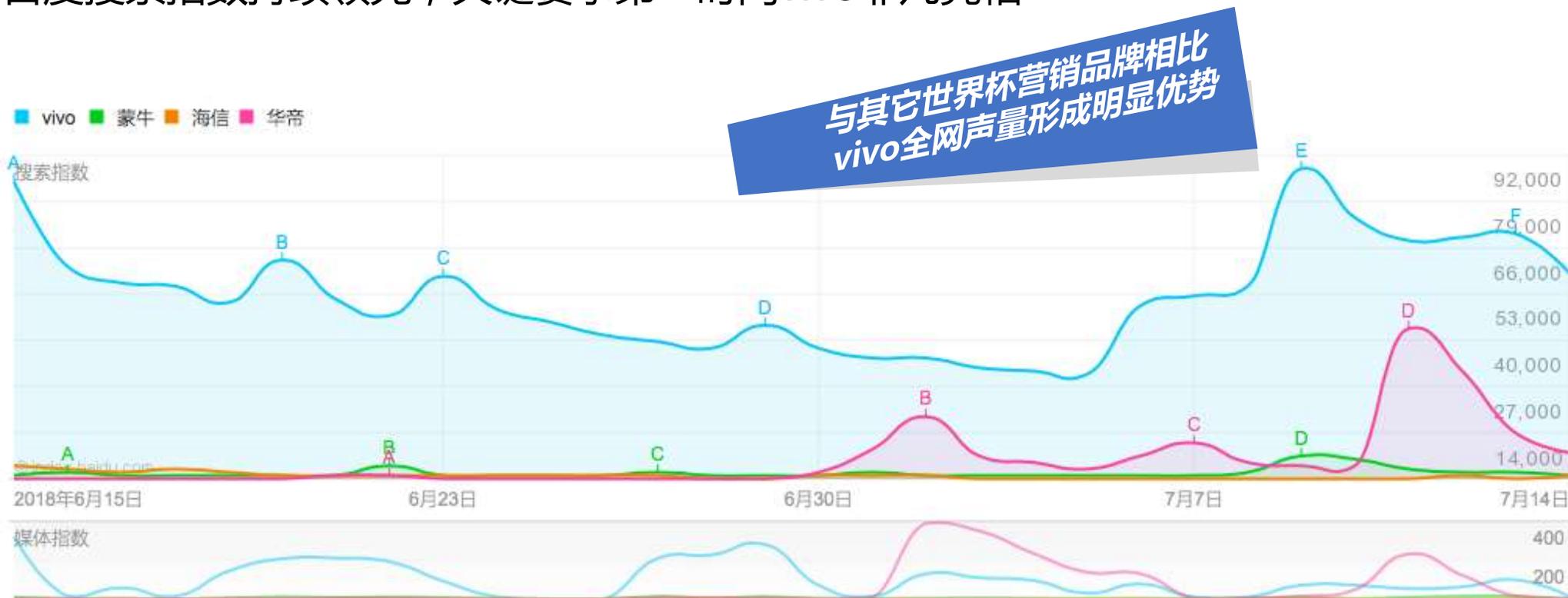
热度值明显增长；vivo与“非凡”、“世界杯”形成明显品牌关联引向





vivo领跑世界杯社交声量，紧随赛事热点持续沟通用户

百度搜索指数持续领先，关键赛事第一时间vivo非凡亮相



vivo社交声量随世界杯关键赛事节点及核心热点事件有明显的指数变化
在世界杯期间，品牌与“世界杯”形成强关联效应

需求背景与策略推导

02



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

vivo世界杯

体育营销助力品牌高端化与国际化

作为世界杯官方赞助商，vivo希望通过借助世界杯的影响力从**市场、品牌、产品**三个维度，实现品牌的营销最大化

- **市场**：提升品牌国际知名度与用户好感度，开拓海外市场
- **品牌**：形成品牌差异化印象，沉淀品牌资产（体育营销）
- **产品**：实现产品溢价，带动产品销售

目的

作为世界顶级赛事，如何借助**世界杯** 捆绑**vivo**“非凡吧！这是你的时刻”品牌形象

首先，我们要从世界杯的受众出发

目的

中国球迷群体“画像”关注度深度差异



真伪球迷：主要评价依据是，在世界杯开幕前是否关注欧冠联赛、亚冠联赛或中超相关信息，世界杯开幕后是否关注5场以上比赛，五位以上球员。

- ✓ 按照相关粉丝标准统计，真球迷仅占11.3%
- ✓ 从关注的球迷和球星来看，伪球迷关注集中度明显高于真球迷；真球迷多有自己喜欢的球队，不只关注热门球队和球星，数据表现分散

TA Insight 微博球迷洞察

核心TA：80-90后 伪球迷居多

- 高学历（73%用户为大专以上）
 - 一二线城市用户为主
- 关注新闻资讯、体育、娱乐、热门

官方
资讯

CCTV官方媒体
赛场内容

互动
打call

佩戴小国旗
球迷迁徙地图

实时
热点

乌贼刘
上天台
熬夜神器

球星
球队

德国队加油
#梅西封王只差一步#



那么，在世界杯众多的品牌营销中
vivo如何抢占最大**社交声量**和**用户印象**？

捆绑用户必看、必玩、必经的内容和路径，提升品牌曝光

目的

传播策略

挑选球迷最关注的内容与互动 利用微博放大vivo与世界杯的关联印象



覆盖球迷的资源

微博多维资源 + 官方媒体运营实现全方位覆盖，vivo 全程伴随 # 世界杯 # 曝光



球迷必追内容

赛事短视频、球星球队资讯、明星大V内容全维捆绑，品牌伴随提升用户印象



深植世界杯场景互动

针对观球全场景定制品牌互动，满足多元化用户的参与需求，强化vivo与用户的沟通

微博如何助力vivo世界杯营销

03



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

抢夺球迷看球的必经资源 vivo与世界杯强势捆绑

#世界杯# 专题页

开机强势资源曝光



发现页强势资源



官方媒体资源汇聚



CCTV、咪咕、优酷及FIFA官方的优质内容在微博上全呈现



明星球迷积极互动



法国队

英格兰队

各界大V

球队球星+大V资源

覆盖用户在微博看微博的每个路径

网罗用户触达资讯的各个内容入口

搭建球迷必看内容矩阵 品牌理念时刻输出



◆卫冕冠军德国遭淘汰

相关播放量:

7204 万人

◆阿根廷险胜神奇出线

相关播放量:

6669 万人



◆绝杀! 德国2-1胜瑞典

典

相关播放量:

6527 万人

◆法国2-0完胜乌拉圭

相关播放量:

6433 万人



精选热门赛事短视频



世界杯即时热点内容

赛事内容
+
即时热点



◆泛赛事场外内容

品牌自制内容

全场景互动植入 网罗球迷必参与互动链路



点赞特效

世界杯期间，点赞互动后触发品牌世界杯定制动态特效

碎片场景互动



赛事竞猜

小组赛起，利用全量大视窗深植观赛场景互动

观赛场景互动



球迷身份

非凡站队、球迷报告书等趣味玩法，轻松参与世界杯

玩乐场景互动



明星领衔

让粉丝和喜欢的明星非凡承诺，为球队球星打call

追星场景互动

具体营销规划

04



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

非凡资源整合

球迷看球路径+资讯内容源媒体矩阵
看世界杯必有vivo非凡伴随



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

独占#世界杯#球迷必看话题，搭建vivo社交资产阵地

vivo理念贯穿全赛程



309.5亿

话题阅读量

6936万

话题讨论量

(数据时间: 6.11-7.26)

借势体育赛事自有热点话题，用户自发关注的行为习惯，vivo快速获得社交声量及海量PGC、UGC

- ✓ 看世界杯必看#世界杯#
- ✓ 优质PGC+UGC内容沉淀
- ✓ vivo内容借势持续曝光

独占赛事关联话题#世界杯#

CCTV5官方媒体强捆绑

看CCTV5就有vivo



CCTV5 微代言

帐号背景图、角标卡片、小尾巴全程表现vivo权益，官方帐号“代言”权威背书，伴随丰富内容传播覆盖更多球迷用户

- ✓ 世界杯官方媒体“背书”
- ✓ 海量PGC带vivo权益

捆绑世界杯官方输出媒体

上微博看世界杯 vivo抢占黄金入口

用户打开微博

刷信息流

发现热点

看世界杯频道

搜热点

看热点



覆盖1.85亿用户

9轮动静态开机
紧贴热点抢占流量

大视窗+信息流
Vivo权益霸屏

抢占热点广场
全量入口深化印象

世界杯频道
伴随用户看赛事内容

定制搜索彩蛋
依托用户主动搜索

赛点打造热点
热搜包助推世界杯

搜索推广PV: 1732万

非凡内容矩阵

优质赛事内容 + 即时热点 + 品牌自制内容
vivo 一网打尽世界杯优质内容



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

满足用户碎片看球需要 多维度赛事短视频强露出

多维赛场短视频

比赛集锦

总VV: **35749万**
(完成率: 1195%)

球员集锦

总VV: **7686万**
(完成率: 134%)

每日进球集锦

总VV: **5843万**
(完成率: 525%)

球星瞬间

总VV: **11073万**
(完成率: 296%)

捆绑395个短视频内容
四大类视频集锦强曝光



短视频vivo角标



vivo短视频包框



短视频前&后贴片

- ✓ 赛事内容“碎片化”
- ✓ 丰富PGC覆盖更全面

新浪体育+官方媒体打造即时资讯 vivo随热点快速聚焦



微博体育官方帐号发布赛事热点 vivo相关话题伴随露出



国家队球迷俱乐部炒作热点 覆盖参赛球队粉丝

vivo自制非凡摄影师栏目 娱乐内容补充品牌内容矩阵



娱乐“轻内容”补充
vivo携手知名大V自造内容



现场美图报道 + 大V视频互动

知名足球解说员**贺炜**、当红美女球评员**刘语熙**、知名摄影师**王义博**、斗鱼著名主播**周二珂**不同垂直领域KOL打造vivo“非凡摄影师”自有内容

- ✓ 为用户提供更多样的世界杯内容
- ✓ 与运营PGC相互补充，突出产品卖点

非凡场景互动

满足多元化球迷不同场景的互动需求
vivo携手微博开放社交性引爆品牌声量



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

把握微博用户碎片场景 点赞就有“赞vivo”



基于用户社交点赞的行为习惯
定制“赞vivo”点赞特效，通过用户
自发行为触发霸屏效果

- ✓ 对微博用户习惯的挖掘
- ✓ 捆绑最热门关键词实现品牌曝光

捆绑#世界杯#点赞行为
vivo全程占据用户碎片场景

自制品品牌竞猜 热门赛点+全量曝光吸引用户参与



看球到嗨点，竞猜少不了

基于用户竞猜习惯，vivo联合FIFA在小组赛开始的关键赛点，发起“世界杯非凡竞猜”，短周期高声量与用户互动

- ✓ 球迷竞猜的行为洞察
- ✓ 舍长保短，只挑最热的节点互动

关键赛点撬动用户参与品牌自建竞赛
全量首页大视窗vivo视频+互动更吸睛

不一样的世界杯身份 升级产品助力全民非凡披国旗

世界杯频道页icon
球迷战队入口导流

非凡球迷战队
vivo捆绑活动页面

自动触发博文及彩card
角标点击跳转强传播



升级：角标card一键跳转互动页

基于球迷追球队、“晒身份”的社交行为习惯，利用用户博文，创新定制**可点击国旗角标card**，一键点击即可进入披国旗互动主页，以开放关系覆盖更多受众

2014巴西世界杯披国旗互动人次：

667万

2018俄罗斯vivo非凡站队披国旗互动人次：

2072.3万



30位明星参与互动
披vivo权益国旗



世界杯32个国家队俱
乐部全部参与

明星+赛点 非凡承诺书引爆球迷“追星”潮



单条博文转发量超100万
共有80万+用户参与承诺



共有82万用户晒出自己的承诺书，vivo派发10万+粉丝红包



热搜榜单引爆品牌事件
明星号召力迅速吸引粉丝关注



知名大V@外卖小哥金城武晒出九宫格承诺书，KOL矩阵转发扩散



共计8位微博大V参与承诺书
有始有终晒承诺

@足球不过是个球在内的3位大V晒出自己的承诺实现博文

不一样的球迷“数据”报告 全面回顾vivo世界杯营销

走心非凡世界杯大数据报告
吸引超过61万人次参与



品牌抽奖 + 定制品牌非凡数据报告



站队披国旗 + 视频锦集内容
Vivo世界杯二次传播更软性

微博配合vivo定制非凡球迷报告书
从多重数据维度重现品牌世界杯营销广度



KOL矩阵配合活动传播
定制优质PGC内容吸引粉丝参与

vivo非凡世界杯营销闭环 总有一款适合你



THANKS