Hisense

FIFA WORLD CUP Qatar2022

OFFICIAL SPONSOR

2022FIFA世界杯
海信CSR项目结案报告

2022年10月

Hisense International Co., Ltd.

目录

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

01
项目概述

02
活动回顾

- 公益课堂
- CSR视频
- 线上传播

03
项目总结

项目概述

项目需求回顾

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022

2022世界杯™官方赞助商

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022

OFFICIAL SPONSOR

作为2022年卡塔尔世界杯官方赞助商，海信携手国际足联（FIFA），以FIFA主办的Football for Schools公益活动为契机，同步展开线下线上营销及传播活动，展现企业社会责任担当，提升品牌影响力，提升品牌价值。

品牌认知

发起线下公益课堂，提升品牌于南非当地市场影响力的同时，借助线上系列图文、视频的传播、#MyDreamPitch线上互动倡议的发起，提升品牌认知。

品牌价值

携手FIFA发起公益活动，增强FIFA官方背书，强化品牌世界杯官方赞助身份。展现企业全球化社会责任视野，增强与消费者的情感共鸣，提升品牌价值感。

项目创意背景

南非弱势群体儿童

足球是南非的全民运动，也是当地弱势群体儿童度过愉快时光、成为优秀运动员、通向更好教育和生活的机会，足球、免费开放的足球设施、以及足球学校对于他们的意义重大。

海信企业社会责任

海信作为企业的社会责任是为儿童带来长期稳定的生态环境，并引起大众对于环境议题及南非弱势群体儿童的关注，共创绿色未来。

#DisappearingPitch

环境保护

环境保护是全球关注的焦点，也是建设可持续未来的必要举措。近年来，受气候变化影响，南非多座足球场正面临绿地减少的风险。全球变暖，正在夺走这些南非弱势群体儿童赖以成长的设施和机会。

#DisappearingPitch

从这一切入点出发，海信携手国际足联（FIFA）主办的Football for Schools公益活动，在南非为孩子们带来一场环保公益课堂。并通过一系列公益主题视频把当地热爱足球的孩子们的真实故事展现到全球消费者面前……

一场环保公益课堂

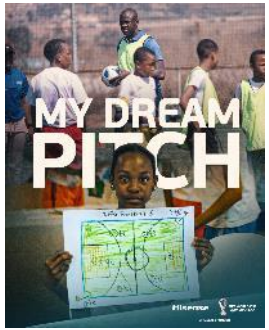
在南非当地与FIFA共同发起关注气候变化议题的课堂，为当地青少年普及环保知识技巧。

一组视频

“消失的球场”公益主题广告片，让更多人切身体会到气候变化带给足球及生活的影响。

线上传播

通过社交媒体向全球发起环保倡议，强化海信以科技的力量关注环保、回馈社会的品牌形象。



#DisappearingPitch

从真实人物、真实事件切入，紧扣南非弱势儿童群体及环境保护话题，
展开多维度、逐阶段的传播，以切实提升品牌认知及品牌价值。

真实内容引发消费者关注
紧扣核心议题铺开多维传播

以真实客观的视角呈现南非当地的真实故事，引起消费者关注。
线上传播、线上互动活动、线下公益课堂同时铺开，覆盖多样消费群体。

建立核心线上话题
传播层层递进

建立#DisappearingPitch主话题，
围绕核心主题有节奏地释放传播素材，
逐步积累关注，推高传播势能。

强效覆盖目标市场与受众

动态管理社媒账号运营
通过媒介采买触达全球主要市场
确保话题及传播内容的
观看量、互动量和曝光量

活动回顾

活动回顾

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

以线下公益课堂活动为起点，全面铺开传播活动。

公益课堂

官宣携手FIFA发起公益活动，
增强官方背书。
产出线上传播内容。

CSR视频

全面、真实展现主人公故事，吸引消费者关注，引发情感共鸣。

Hisense

线上传播

建立线上主话题，通过社媒账号运营，
扩大覆盖。

互动活动

联动线下公益课堂，发起
#MyDreamPitch线上活动，
增强参与、刺激互动。

公益课堂

海信始终认为，环境教育是创造绿色未来的关键

活动背景

海信南非高层出席FIFA八月在南非约翰内斯堡举办的FFS足球营地活动，同时将在营地举办学校带来一场定制的教学课程。

活动目标

通过一堂有趣味性和教育意义的课堂内容，带领南非当地学生更清楚地了解环境保护的迫切性和挑战，激励他们共同创造一个更环保、更可持续的未来。将海信一直以来所倡导的“环境教育是创造绿色未来的关键”带入实践当中。

传播目标

在品牌价值层面，通过与FIFA共同发起公益活动，加强官方背书，并展现品牌社会责任感。
在认知度层面，线下活动帮助品牌增强在南非市场的影响力，并为后续线上传播积累素材，奠定扩大传播的良好基础。

公益课堂创意规划

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
OFFICIAL SPONSOR

1. **课堂开始** 讲师介绍海信品牌，并邀请同学玩破冰游戏。 1 mins

2. **破冰游戏“你会不会？”** 学生将通过回答快速问题来把透明的世界地图透明箱装满绿色和黄色小球。 5 mins

目的：通过快速问答，直观地让学生们意识到地球正在承担人类行为所带来的各种结果。

游戏流程&规则：学生们会被分到一个绿色（代表“是”）、一个黄色（代表“否”）的小球。讲师会问每5位同学一个关于环保的“你会不会”的问题。根据回答，学生们把小球放到透明箱子中。讲师会在所有同学回答完问题以后解释游戏的背后含义，绿色代表大陆和环境，如果每个人爱护地球并为保护它做出过努力，那么我们将在未来看见一个美丽的地球。

3. **教学讲义“保护世界的绿色和蓝色”** 通过视觉化的讲义，向儿童们讲述地球正在经历的气候变化的严峻问题，以及因为气候变化而影响到南非大陆以及周围的海洋。 10 mins

内容规划：简单清晰地告诉同学们什么是气候变化，以及它对地球和南非所带来的的影响。从什么是“气候”和“天气”这样的问题开始，利用南非目前正在遭受的自然灾害作为实例，告诉孩子们什么是“气候变化”、“全球变暖”，以及他们对这个世界的负面影响，也告诉孩子们他们应该开始做些什么。

4. **绘画课堂“梦想中的球场”** 充分发挥孩子们的想象力，共同绘画一个梦想中的球场。 20 mins

目的：用孩子们的想象力创造想象中的世界和球场，让球场成为想要永远保护和为之努力的宝藏。

游戏流程&规则：学生们每人被赠送一套蜡笔、画纸，以“梦想中的球场”为主题，绘制一张关于球场的画。

公益课堂执行

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

基于FIFA发起线下Football for School活动的背景，Sportfive团队从创意形式、课堂规划产出，到道具&课堂内容准备、活动日执行全程统筹把控，保障线下公益课堂顺利进行，奠定整体传播基础。

创意产出

课前筹备

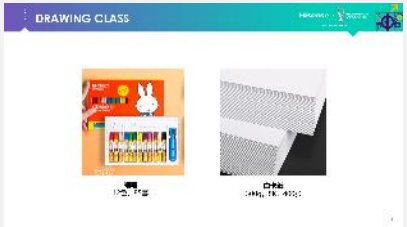
*完整教案见附录

课堂开展

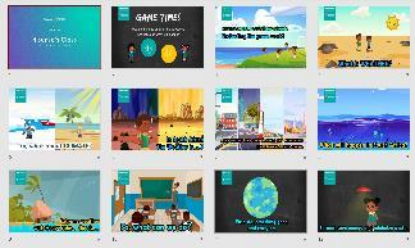
后续传播

公益课堂执行

为保证公益课堂效果，团队对课内所使用的道具、课件、讲稿等进行了多轮策划及细致准备，以确保课堂的趣味性、互动性、教育性以及品牌信息的准确传递。



道具准备 → 道具使用

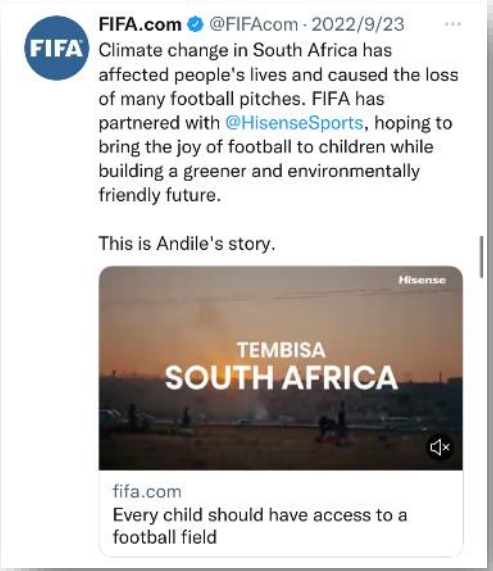


教案&课件准备 → 课件展示

公益课堂活动效果

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

携手FIFA，海信线下公益课堂顺利展开。FIFA在其官方Twitter媒体账号上发布主视频，并发文介绍品牌活动及愿景，获得了**46,600次曝光**、 **2,296次视频播放**及**382次互动**，为品牌增强了官方背书 。



（翻译）气候变化在南非影响了人们的生活，也破坏了很多球场。FIFA与海信携手，希望将足球的快乐带给当地儿童，共创环境友好的未来。

这是Andile的故事。

（翻译）海信携手FIFA为南非儿童发起环境保护项目

FIFA社交媒体发文，介绍海信此次活动内容及愿景，并在官网发文详细介绍。

CSR视频

CSR视频内容创意

视频从一位热爱足球的南非当地少年的故事开始，聚焦气候变化给南非体育设施带来影响的现实问题。

希望引起人们对日常生活中环保举动的重视，也与此同时也向大众展示海信和海信的家电产品始终秉持初心，通过在专业领域的持续努力与耕拓，用新的科技和产品为孩子们创造更美好的未来。

CSR视频规划

产出预告视频、主视频、幕后视频，以满足不同阶段传播需求，并立体呈现故事内容。

预告视频

凝聚主视频中的高光时刻，为主视频的发布做预热。

主视频

完整讲述南非当地少年的真实故事，号召消费者关注因气候变化而对南非当地儿童足球梦想和生活带来的负面影响。进一步阐明海信在对环境保护企业责任中的关切及发起的举措。

幕后视频

当地儿童和相关人员的采访视频，补充故事细节及背景，提高故事立体性。

CSR视频执行

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

从直击当地环境问题的核心创意的构想，到分镜脚本产出；从制作筹备期间选角、瞰景到拍摄日执行，Sportfive团队全程主导、把控内容创意及执行过程，确保品牌意图清晰传达、保证成片质感及效果。

创意产出

脚本细化

*完整分镜脚本见附录

拍摄筹备

拍摄执行

剪辑成片

CSR视频执行

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022

2022世界杯™官方赞助商

0428 初步创意
0429 初版提交
0509_新先导片
0516_预热补充
0520_先导片活动规划
0613_创意更新+课堂活动补充
0621_课堂活动补充
0701_重新整合
0704_课堂内容
0714_视频P
0719_SCRIP
0725_SCRIPTS

5个月
执行时间

8+版
创意方案

4+个
创意方向

3+主人公
脚本撰写

CSR视频产出

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

9月中旬发布

预告视频

9月下旬发布

主视频

10月上旬发布

幕后视频

围绕#DisappearingPitch主题，从Andile的故事切入，产出预告视频、主视频、幕后视频共5支，作为整体传播中重要物料，系列视频以真实故事和平实的镜头语言，带来直击人心的力量，确保传播活动顺畅开展。

预告片

预告片 20秒

展示了南非少年Andile的生活片段——既是学生，又是足球队员。以及海信在南非当地举办的公益课堂画面。引发观众好奇。

168,588
曝光

271,819
播放

65
互动

主视频

主视频 2分50秒

跟随少年Andile的视角，我们走入南非一个平凡的社区。从Andile和他的家人、教练、朋友和社区成员的经历中，一个看似微小的问题渐渐浮现：受到极端气候的影响，当地足球场地状况堪忧。而海信关注到这一问题，携手FIFA通过线下公益课堂的策划，以科技为力量，承担可持续发展的企业责任。

745,509
曝光

200,665
播放

821
互动

幕后视频

幕后-社区 1分38秒

从社区成员Siyabonga的角度，讲述当地足球场面临的问题以及急需帮助的现实情况。

2,368 曝光　424 播放　35 互动

幕后-Peter 1分32秒

从当地足球教练Peter的角度阐述了足球对当地孩子的重要性，但当前逐渐恶劣的环境却为他们的未来带来了诸多不确定性。

2,265 曝光　414 播放　40 互动

幕后-Andile 1分38秒

主人公Andile讲述他的足球梦想以及日常训练如何被天气及环境影响的事实。

2,693 曝光　430 播放　49 互动

线上传播

传播规划

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022 OFFICIAL SPONSOR

#Disappearing Pitch

	预热期	爆发期	长尾期
品牌认知	线上线下全面铺开，吸引南非当地及线上消费者关注，推高情绪势能	主视频全社交平台上线，引爆传播讨论	多角度内容承接后续讨论，UGC内容二次传播
品牌价值	官宣携手FIFA发起公益活动，增强官方背书。 建立线上主话题，发起互动，引入主人公故事，增强与消费者的情感共鸣	继续深入环境与南非弱势儿童议题，进一步展现企业社会责任感。	

线下活动

- FIFA Football Camp
- 环保公益课堂

线上传播

8.26	8.30	8.31-9.3	9.16	9.23	10.5-10.12
	• 公益课堂活动照片	• 主视觉 • Andile照片 • #MyDreamPitch比赛发起 • Andile和朋友踢足球照片	• 环境倡议海报 • 预告片	• 主视频	• 幕后视频-社区 • 幕后视频-教练 • 幕后视频-Andile • #MyDreamPitch比赛获奖者发布 • #MyDreamPitch画作回顾

社媒内容效果

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

自8月30日起至10月12日，HisenseSports官方账号共发布#DisappearingPitch帖子13条，收获↓

日期	内容
8月30日	公益课堂活动照片
8月31日	主视觉海报
9月1日	人物介绍照片
	#MyDreamPitch比赛发起
9月3日	人物照片
9月16日	环境倡议海报
	预告视频
9月23日	主视频
10月5日	幕后视频-社区
10月6日	幕后视频-教练
10月7日	幕后视频-Andile
10月8日	#MyDreamPitch比赛获奖者发布
10月12日	#MyDreamPitch画作回顾

10,034,928
曝光

1,031,561
播放

41,077
互动

*数据截至10月19日

社媒内容效果一览

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022 OFFICIAL SPONSOR

内容	曝光量/Impression	视频播放量/Video views	互动量/Engagements
公益课堂活动照片	3,662	-	50
主视觉海报	6,473,337	-	2,120
人物介绍照片	115,620	-	70
#MyDreamPitch比赛发起	1,291,259	-	36,463
人物照片	3,330	-	68
环境倡议海报	2,457	-	43
预告视频	168,588	271,819	65
主视频	745,509	200,665	821
幕后视频-社区	2,368	424	35
幕后视频-教练	2,265	414	40
幕后视频-Andile	2,693	430	49
#MyDreamPitch比赛获奖者发布	1,222,936	557,809	1,250
#MyDreamPitch画作回顾	904	-	3

*数据截至10月19日

公益课堂活动内容&发布效果

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
8月30日	公益课堂活动照片	In conjunction with the FIFA Football for Schools program, we spent time teaching students about sustainable actions via interactive games and had a special visit from Yaya Touré!

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	1,476	562	1,624
互动/点赞	12	5	33
评论	0	-	0
分享	0	-	0

主视觉海报内容&发布效果

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
8月31日	主视觉海报	Many children see football as an outlet to expressive themselves, but where do they turn without a pitch?

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	3,673,656	79,663	2,720,018
互动/点赞	1,438	78	526
评论	39	4	1
分享	12	12	10

人物介绍照片内容&发布效果

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
8月31日	人物介绍照片	Meet our friend Adile! Adile is a 14-year-old boy from Tembisa, South Africa.

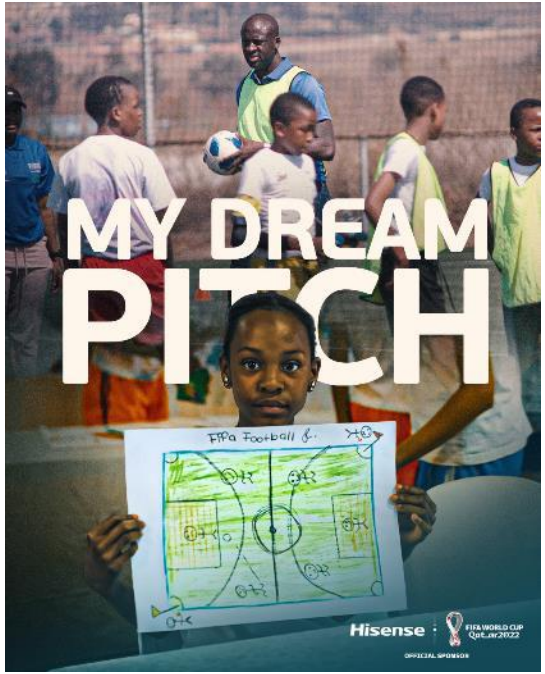
	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	114,847	773	-
互动/点赞	61	8	-
评论	0	1	-
分享	0	-	-

#MyDreamPitch比赛发起内容&发布效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
8月31日	#MyDream Pitch比赛发起	The students in South Africa drew their dream pitch. Now it's your turn!...

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	717,401	30,163	543,695
互动/点赞	13,736	34	22,351
评论	95	13	151
分享	71	7	5



人物照片内容&发布效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
9月2日	人物照片	Andile loves playing football for his local club, FC United. He dreams of playing professional football one day

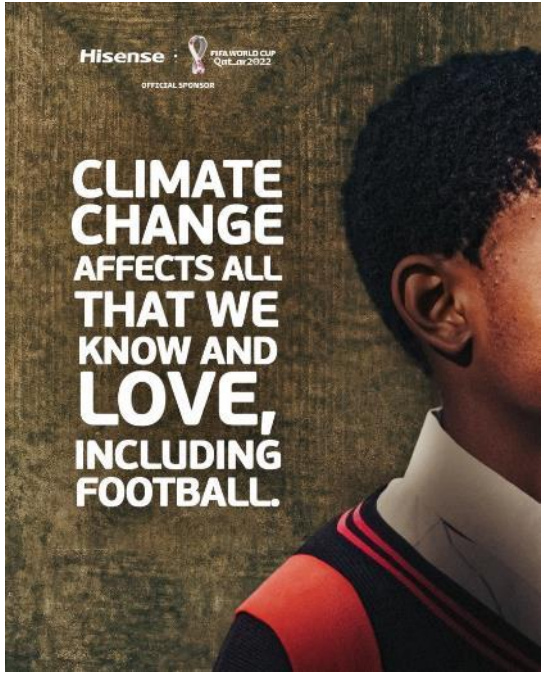
	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	1,951	453	926
互动/点赞	32	2	34
评论	0	-	0
分享	0	-	0

环境倡议海报内容&发布效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
9月15日	环境倡议海报	To save our planet is to save our game

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	950	499	1,008
互动/点赞	4	4	28
评论	2	-	1
分享	2	-	2



预告视频内容&发布效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022 2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
9月16日	预告视频	The Disappearing Pitch through the eyes of Andile - Coming Soon.

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	98,010	1,289	69,289
播放	65,124	191,800	14,895
互动/点赞	15	4	41
评论	1	1	0
分享	1	-	2

主视频内容&发布效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
9月23日	主视频	Climate Change is reality that impacts us in many ways. Let's protect our world, our game, and our freedom of expression.

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	221,879	65,450	459,180
播放	106,147	21,700	72,818
互动/点赞	331	17	426
评论	12	2	5
分享	20	1	7

幕后视频-社区内容&发布效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案		
10月4日	幕后视频-社区	The stories from Tembisa go further than Andile's. We also spent time with Siyabonga, an involved community member, to hear his perspective.		
		FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光		649	413	1,306
播放		103	64	257
互动/点赞		9	4	21
评论		0	-	0
分享		1	-	0

幕后视频-教练内容&发布效果

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
10月5日	幕后视频-教练	Peter, FC United and Andile's coach, sheds light on what it's like to play such an important role in the children's lives.

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	319	339	1,607
播放	69	60	285
互动/点赞	7	1	32
评论	0	-	0
分享	0	-	0

幕后视频-Andile内容&发布效果

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
10月6日	幕后视频-Andile	Football is more than a hobby for Andile, but he is already battling the impacts of climate change.

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	283	321	2,089
播放	45	44	341
互动/点赞	3	1	45
评论	0	-	0
分享	0	-	0

互动比赛获奖者公布内容&发布效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
10月7日	互动比赛获奖者公布	Thanks for your support and great artwork, @jacknece! #MyDreamPitch #PerfectMatch

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	283,566	718,000	221,370
播放	78,507	471,100	28,202
互动/点赞	234	539	384
评论	7	7	1
分享	3	50	25

画作回顾内容&发布效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

日期	内容	文案
10月12日	画作回顾	The Dream Pitch of children in Tembisa and friends all over the world!#MyDreamPitch #PerfectMatch

	FB传播效果	TW传播效果	INS传播效果
曝光	669	235	-
互动/点赞	2	1	-
评论	0	-	-
分享	0	-	-

#MyDreamPitch互动效果

活动规划

延续线下公益课堂创意，邀请线上受众描绘心中的球场。

通过在社媒平台发布：

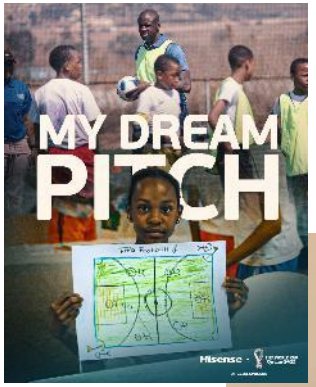
- 9月1日，#MyDreamPitch比赛发起，邀请消费者线上参与
- 10月8日，#MyDreamPitch比赛获奖者公布
- 10月12日， #MyDreamPitch画作回顾发布

完成线上互动活动。

活动成果

#MyDreamPitch互动3条主要发布内容获得**2,515,099次曝光**、**37,716次互动**。

通过线上互动的发起，扩大传播覆盖面，增强消费者参与感，沉淀品牌UGC资产。



社媒内容表现

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

曝光量TOP5	互动量TOP5	播放量TOP3
主视觉海报	#MyDreamPitch发起	#MyDreamPitch获奖公布
#MyDreamPitch发起	主视觉海报	预告视频
#MyDreamPitch获奖公布	‘#MyDreamPitch获奖公布	主视频
主视频	主视频	
预告视频	人物照片	

在发布的13条内容中，

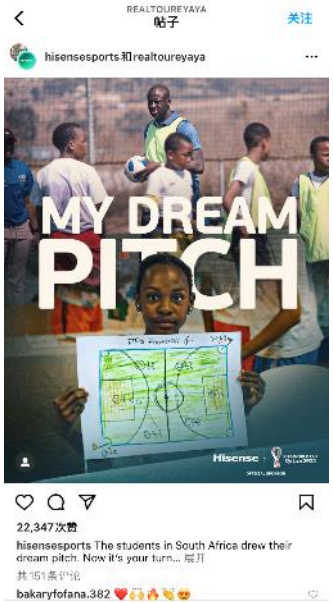
- 主视觉海报
- #MyDreamPitch互动
- 主视频&预告视频

三类内容在曝光量、互动量及播放量三个维度上都有较好表现。

KOL发布效果-Yaya Touré

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

作为FIFA官方活动的线下参与者，国际足联传奇人物Yaya Touré也参与#DisappearingPitch传播中来，在#MyDreamPitch比赛发起及主视频发布两个传播节点中将相关素材发布至个人官方Facebook、Twitter和Instagram账户，获得共计**25,573次互动**，扩大传播覆盖面。



FB传播效果	评论	分享	赞
#MyDreamPitch 比赛发起	33	2	661
主视频	4	2	71
INS传播效果	**评论**	**分享**	**赞**
#MyDreamPitch 比赛发起	151	-	22342
TW传播效果	**评论**	**分享**	**赞**
#MyDreamPitch 比赛发起	4	12	181
主视频	3	10	97

社媒内容复盘

总结

- 自8月30日以来，依据传播规划，社媒内容按预热-爆发-长尾节奏发布，展现完整、多层次的南非当地故事，**收获千万曝光。**
- #MyDreamPitch互动全程贯穿，**增强消费者参与感，数据表现亮眼。**
- Yaya Touré影响力加持，协助传播互动活动及主视频，**扩大品牌影响范围。**

反思

根据社媒数据，

- 具有冲击力的平面素材、互动活动、具有故事性的视频内容在传播力及对粉丝吸引力上有较好表现。
- KOL参与的内容在播放量上表现抢眼，后续传播活动中可合理配置KOL资源以提高传播效率。
- 主视频较预告视频CTR低（以整体曝光与播放数据估算）或反映当前内容环境下用户对于长视频的收看黏性降低，后续产出视频内容时长可相应参考。

媒体采买表现

媒介采购整体规划

Hisense | FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

目标

覆盖更广泛的社交媒体用户，保证视频观看、互动和曝光

地区

卡塔尔、阿拉伯联合酋长国、美国、英国、南非、法国

平台	投放目标	预算	播放
	曝光	$14000	2M
	播放		500K
	曝光	$13000	250K
	互动		20K
	曝光	$14000	2.75M
	播放		750K
总预算		$41000	

KPI

5M曝光

1.25M播放

20K 互动

媒体采买表现总览

为提高投放效率，本次媒体采买在各平台采用以传播目标为导向的方式（区别于针对特定发布的投放）。
各平台执行投放计划及数据结果如下↓

平台	投放目标	互动	播放	曝光
	曝光	--		4,363,276
	播放		271,363	898,366
	曝光	--		3,146,288
	互动	62,791		811,670
	曝光	--		2,353,004
	播放		1,058,906	2,301,848
TOTAL		**62,791**	**1,330,269**	**13,874,452**

*数据截至10月19日

媒体采买效果

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022
2022世界杯™官方赞助商

通过精确的的采买计划设置以及及时的反馈调整，曝光、互动、播放数据均顺利完成KPI。

其中互动量KPI完成率达**314%。**

平台	投放目标	互动KPI（千次）	实际互动（千次）	CPE	播放KPI（千次）	实际播放（千次）	CPV	曝光KPI（千次）	曝光（千次）	CPM
	曝光				--	--	--	2000	4363	$0.45
	播放				500	271	$0.02		898	
	曝光				--	--	--	250	3146	$0.87
	互动	20	62.8	$0.05					811	
	曝光				--	--	--	2750	2353	$1.07
	播放				750	1060	$0.02		2301	
合计		20	62.8		1250	**1331**		5000	**13872**	
KPI 完成情况		**314%**			**106.48 %**			**277.44%**		

*数据截至10月19日

媒体采买表现复盘

Hisense FIFA WORLD CUP Qatar2022 2022世界杯™官方赞助商

媒介采买表现总结

- 曝光、播放及互动均达成KPI要求，曝光及互动维度展现较高完成率；
- 整体投放效率较高，CPE/CPV/CPM成本较JMR活动中有所下降；
- KOL参与的相关内容在投放中展现较好的传播能力；

执行亮点

针对此次传播项目特点，调整投放策略，以传播目标为导向进行采买。过程中，团队及时关注各平台各活动数据表现，在Facebook平台对主视频内容审核问题（涉及平台认定敏感话题）停止广告活动时，及时调整优化，调整投放策略及预算分配，并达成各维度KPI数据。

未来优化方向

- 提高对涉及平台认定敏感话题相关风险的敏感度，提前预警并规避相关内容；
- 本次投放中，主视觉海报、KOL参与的部分内容在算法的展现良好的传播能力，未来可在前期内容设置上相应参考、布局，提高效率；
- 基于不同传播活动选择各平台媒介采买方式，继续提高投放效率；

项目总结

项目总结

- 在携手FIFA于南非开展公益课堂的前提背景下，品牌抓准足球、当地弱势儿童群体及环境保护的连接点，引出并强化品牌创造绿色未来的愿景。以一堂公益课、一组视频及相应的线上传播，向消费者清晰传递了品牌所做、所愿。
- 在线下活动筹备及系列视频拍摄中，将品牌信息有机且克制地结合进入课堂流程及视频内容，在南非当地提高品牌认知的同时，产出高质量的内容，为线上传播打下良好基础。
- 在线上传播中，于各平台发布系列视频、平面素材、#MyDreamPitch互动相关内容共13条，在高效的媒介采买支持下，收获**10,034,928次**曝光， **1,031,561次**视频播放及**41,077次**互动。邀请Yaya Touré录制颁奖视频，并在其主页发布相关内容协助传播，进一步帮助提升了品牌认知度及传播范围。
- 公益课堂展开后，**FIFA于Twitter发文介绍品牌活动及愿景**，进一步提升品牌官方背书，强调品牌世界杯官方赞助商的身份，树立了积极的品牌形象。

创意与执行亮点

内容策划亮点

- 整体传播活动做到了线上线下的有机结合及复用。如，在线下课堂中设置画出梦想中的球场环节，并移植线上，请广大网友同步参与；紧密合作FIFA线下活动参与者Yaya Touré协助产生内容并传播等；
- 准确找出南非当地儿童、环境保护与足球的连接点，以此引出足球少年Andile的故事，并借此传递品牌社会责任愿景。以小见大，通过系列视频设置，引入多样视角，通过平实的镜头语言及讲述，引发受众共情。

执行亮点

- 在公益课堂的执行中，团队不仅紧紧围绕环境保护主题完善了课堂互动创意，更在课内有机结合了品牌信息及愿景。并通过从教案到课件、道具等细节的全面准备，保证了公益课堂地顺利落地；
- 在视频创意及拍摄的过程中，沟通并统筹南非当地团队，完成选角、瞰景、道具准备等筹备工作，确保成片最大化还原脚本创意；
- 通过高效的投放策略及对投放情况的持续关注，超额完成了各项指标。

未来优化方向

- 合理安排时间线，充分预留各方审核时间，保证创意内容准时上线；
- 提高对涉及平台认定敏感话题相关风险的敏感度，提前预警并规避相关内容，以保证广告投放顺利完成；
- 基于不同传播活动规划选择各平台媒介采买策略及方式，继续提高投放效率；

谢谢！