

非凡吧！这是你的时刻 # vivo 世界杯微博营销

广告主：vivo

所属行业：IT 数码家电

执行时间：2018.06.11-07.26

参选类别：体育+数字营销类

营销背景

2018 年夏天，俄罗斯世界杯当仁不让地成为了最受瞩目的焦点——无论你是狂热的真球迷，还是凑个热闹的伪球迷，都能找到自己的存在感。对于品牌而言，这一超级 IP 也成为了营销的必争之地。而在全民社交媒体微博，世界杯热潮自然也一时无两。

vivo 作为俄罗斯世界杯官方赞助商，与微博组成赛事期间最受关注的 CP，希望通过微博为球迷与世界杯搭建起沟通桥梁，从而提高品牌社交声量及用户好感度。

营销目标

通过微博领跑世界杯社交声量，从以下个维度，实现品牌营销最大化：

市场：提升品牌知名度与用户好感度；

品牌：形成品牌差异化印象，沉淀品牌资产；

产品：带动产品销售。

策略与创意

案例视频：

http://v.youku.com/v_show/id_XNDAYmzQ2NDM1Mg==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

策略：洞察球迷关注世界杯的内容、途径、互动方式，利用微博放大 vivo 与世界杯的关联印象。

世界杯全程伴随曝光：微博多维资源 + 官方微博运营实现全方位覆盖，vivo 全程伴随 # 世界杯 # 曝光

覆盖球迷必追内容：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

创意亮点：

从社交出发，从焦点话题到球星 KOL，从赛场热点到社交新玩法，配合全路径资源合力助推，vivo 在本次营销中真正实现了传播闭环

执行过程/媒体表现

1、非凡资源，球迷路径全覆盖

- 作为赛事的最热话题，#世界杯#自上线起便始终保持超高人气，并最终收获超 300 亿阅读量和 6900 多万的讨论声量，独占这一话题的 vivo 收获海量曝光。



- 此外，首页大视窗、搜索彩蛋等非凡资源也助力 vivo 实现了用户路径全覆盖——打开微博，只要有世界杯的地方，就有 vivo！



2、非凡内容，多维度洞悉赛事

- 梅西助阿根廷神奇出线、卫冕冠军德国小组出局.....世界杯爆点频出，相关视频也吸引着万千网友的目光。从比赛集锦到球星瞬间，vivo 牢牢捆绑多维度精彩短视频，全面融入用户碎片化观赛场景。（翻版广告、视频包框、视频角标、视频贴片）



- 与此同时，贺炜、刘语熙等人气 KOL 纷纷化身 vivo “非凡摄影师”，带领球迷置身世界杯赛场最前线。搭载非凡内容，vivo 产品特性得以巧妙传递。



3、非凡互动，花式玩法引热潮

- vivo 深谙用户社交行为习惯，不仅通过“vivo 赞”，“非凡竞猜”持续吸引全民互动，更打造了一系列花式玩法，拉近品牌与用户之间的距离。先是号召 30 位明星与 2000 万球迷披上国旗为主队打 call，而后又在决赛前夕，通过王嘉尔花式表白及以@同道大叔为首的 KOL 矩阵，引爆 vivo 非凡承诺书的百万级传播浪潮。



王嘉尔 7-13 11:58 来自vivo X21屏幕... 已编辑

法国队夺冠
我就承诺送你一段花式告白🤗
2018俄罗斯世界杯决赛🔥🔥🔥🔥
最后时刻，敢不敢公开你的#非凡承诺书#？
#非凡吧！这是你的时刻#
🔗 网页链接



- ▶ 伴随赛事落幕，vivo 与微博携手推出 vivo 球迷报告，为超过 61 万网友定制独一无二的非凡世界杯足迹，“每个平凡的人，都可以有非凡的人生”——vivo 成功将自己的品牌态度传递给了每一位亲身经历了这场盛宴的球迷。



营销效果与市场反馈

通过与微博的全面合作，vivo 抢占世界杯期间品牌社交声量 C 位：

vivo 独家绑定话题#世界杯#收获 300 亿阅读量和 6900 多万的讨论声量；

vivo 捆绑 395 个世界杯短视频集锦，播放量总计超 6 亿；

vivo 非凡战队披国旗互动参与人次达 2072.3 万；

共有 82 万用户晒出自己的 vivo 非凡承诺书，vivo 派发 10 万+ 粉丝红包；

vivo 非凡世界杯球迷报告共吸引超过 61 万人次参与；

vivo 用户喜好度提高 56.8%，产品预购度提升 178.3%，推荐意愿提升 81.6%；

实现品牌关键词“非凡”与赛事的强关联，借世界杯影响力夯实了品牌的国际知名度。



(数据来源：微博数据中心)