

社交平台助力代言人玩转“粉丝经济” 斯凯奇“We 力滔滔”熊猫鞋营销战役

广告主：斯凯奇

所属行业：运动服饰

执行时间：2018.09

参选类别：视频整合营销类

营销背景

斯凯奇熊猫鞋第三代×黄子韬全新代言即将问世，深受潮流宠爱的、吸引个性青年的熊猫鞋，如何再次掀起话题热潮，成为时尚新趋势？如何借助代言人黄子韬的力量，将斯凯奇品牌以及新品做全方位推广。

营销目标

围绕明星，用户兴趣习惯，品牌喜好度多维度定义用户特征标签。利用社交产品平台差异化特征，定制化的精准定向投放。

策略与创意

以微视挑战赛为创意核心，代言人舞蹈挑战+潮音传播+社交互动+新品声量+嘉年华直播，腾讯矩阵联动，点燃第三代新品声量，打造品牌潮流事件。配合联名限量×粉丝营销，引发爆款抢购。

执行过程/媒体表现

Phase1 粉丝事件掀起“熊猫热”，引发商城抢购

黄子韬“熊猫舞”挑战，引发商城抢购：创新合拍模式，吸引更多粉丝参与

微视×斯凯奇双代言人契机，让双品牌声势叠加，火力全开！

联动QQ空间，深耕年轻人群的社交关系链

强推广力，借腾讯顶级资源席卷全网粉丝

QQ音乐联合预热，“熊猫舞”全面造势

黄子韬潮歌单，从“听”到“看”推广熊猫舞

Phase2 点爆“潮”元素，潮流嘉年华 O2O 狂欢

借微视用户资产，打造街舞总决赛人气选手

潮流直播全盛宴，多平台释放嘉年华影响力

腾讯视频直播，最燃声量点爆全网

QQ 空间直播，社交互动送礼打 CALL 更好玩

营销效果与市场反馈

广告总曝光 175,582,034，总点击：1756217

微视话题参与视频：1671，视频总播放量 1.5 亿

黄子韬熊猫舞视频播放：152 万