

## 英菲尼迪 QX60 球星代言影响力攻略

广告主：英菲尼迪

所属行业：汽车行业

执行时间：2018.03.01-09.01

参选类别：视频整合营销类

### 营销背景

NBA 球星史蒂芬·库里（个人身份）成为英菲尼迪新的全球大使。

史蒂芬·库里在场上，场外的表现和体育精神十分符合英菲尼迪的品牌形象，英菲尼迪希望通过库里的代言获得消费者对品牌理念和进取精神的共鸣。

受代言条件所限，英菲尼迪仅获得的库里个人形象及合作权益，无法使用一切 NBA IP 包括比赛，金州勇士球队，赛场等元素，因此极大的限制了对外宣传时 NBA IP 对体育人群的影响，限制了库里个人体育精神与品牌理念的结合和传达。

### 营销目标

NBA 球星个人精神与 QX60 品牌理念的捆绑，提升 TA 对英菲尼迪品牌理念的认知度和好感度；

充分利用腾讯与 NBA 的战略合作伙伴关系和相关权益，最大化帮助品牌锁定和覆盖体育人群；

并使用腾讯体育的名义，通过视频，资讯，社交平台，进行此次球星个人代言品牌营销的传播。

### 策略与创意

利用腾讯体育 NBA 内容权益，围绕 史蒂芬·库里 个人进行深度内容策划，以腾讯体育的出发点和既有栏目规划（球星个人传记纪录片）打造 《三分信条-库里》纪录片（剪辑加入了 NBA 比赛等内容）保证内容的丰富性，规避可品牌权益限制。

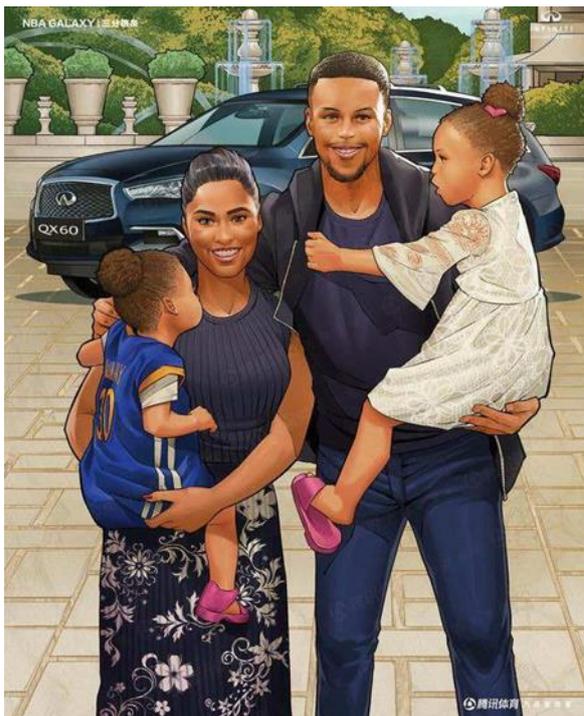
进一步打通线上线下，通过腾讯体育 NBA 权益运营，打造 —— 库里中国行 线下活动，在 2018 赛季结束，勇士夺冠的高温期，以线上高品质纪录片，线下近距离球星互动的方式，为英菲尼迪品牌有效吸引体育人群的关注，或获得积极的品牌联想度。

### 执行过程/媒体表现

1、从体育精神和家庭责任角度定制《三分信条》- 史蒂芬·库里 首支个人纪录片



提炼库里个人价值语录与家庭故事，实现对 QX60 品牌价值主张的植入呼应。



## 2、NBA 直播 腾讯体育直播间及社区互动



规避库里个人代言与 NBA 非 MP 客户的权益冲突，通过 NBA 直播间，社区互动，实现对 NBA 人群的覆盖和影响。



NO.6#奖#【英菲尼迪我要上暂停】#晒出一组库里生涯的巅峰数字#

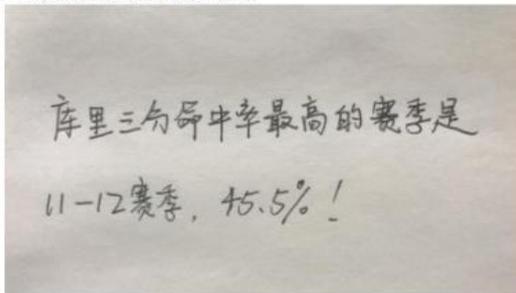
库里生涯一共出手了 xxxx 次，



打铁了 xxxx 次，

根据StatMuse的数据显示，库里职业生涯共有13场比赛三分打铁数至少达到10次，在这项上他排名历史第一。有五位球员职业生涯都有8场比赛三分打铁数至少达到10次，并列排名历史第二，他们分别是詹姆斯·哈登、贾马尔·克劳福德、拜伦·戴维森、雷阿伦和Vernon Maxwell。

三分最高命中率是 xxx 赛季的 xxx% ，



最高得分是 x年x月x日，勇士 vs xx 的比赛中获得，



### 3、库里中国行，实现车主和球迷的近距离喜好度





## 营销效果与市场反馈

纪录片总播放量：7.11 亿

- 1、借助腾讯 NBA 权益 实现 NBA 球星代言品牌，有限权益影响力无限（最大化）释放。
- 2、腾讯 NBA 赛事全链式运营 直播 社区互动 纪录片 泛篮球人群多层次触达和影响。
- 3、腾讯体育 MCN 可以复制的模式 足球 篮球 体育明星代言品牌 极少的代言权益下 影响力的整合性输出。