

走上带货“不归路”，看 PUMA & 空间如何联手造爆款

广告主：PUMA

所属行业：运动服饰

执行时间：2018.01.01-02.28

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

全球知名运动品牌 PUMA 推出#天生传奇#Suede 50 周年展览,以纪念其经典鞋款 Suede 诞生 50 周年,品牌希望借此机会重温经典款的街头潮流形象,触及年轻群体。

如何在年轻人心中传递经典不衰的街头潮流形象,获得年轻受众的认可,重温 1968 年 SUEDE 的传奇是最大的挑战。

营销目标

QQ 空间志走潮流,是年轻人标新立异的主阵地,与 PUMA 策略不谋而合,两者强强联合联手更易打造爆款事件。

策略与创意

QQ 空间+PUMA 强强联合,限量联名款首发预售博足眼球。充分利用社交裂变力打造线上预约+线下直播闭环,充分利用代言人杨洋影响力+QQ IP 影响力。

案例视频地址：<https://v.qq.com/x/page/v064052koij.html>



执行过程/媒体表现

线上：

锁定杨洋代言人影响力，精准定向粉丝受众，优质曝光+QQ空间杨洋独家发声号召，同时发挥QQ空间社交关系链，鼓励用户一键转发传播。

线下：

户外店内联名发声，借力QQ PUMA定制公仔，强化产品亮点和话题度。店内黑科技互动不亦乐乎，AR识别优图变脸定制周年封面海报。

营销效果与市场反馈

预约人数：21万（预约率：47%）

说说发表量：10万（高于商业活动说说发表均值3倍）

直播UV：51万

直播开始女生码秒光，半天内全货售罄

QQ空间+PUMA强强联合，充分利用代言人杨洋影响力+QQ IP影响力。打造线上预约+线下直播闭环。