

TCL 体育营销-TCL×内马尔整合营销

广告主：TCL 集团股份有限公司

所属行业：家电行业

执行时间：2018.04-07

参选类别：体育+数字营销类

营销背景

- 1、在许多中国消费者，尤其年轻主力消费群的固有认知中，TCL 是传统家电企业。然而，经历了三十余年的发展，如今的 TCL 早已成为智能产品和互联网服务的全球领先企业，业务遍及全球 160 多个国家和地区。
- 2、内马尔，CBA 作为国内篮球头部赛事 IP，自身受众基数庞大，商业潜力巨大，成今年世界杯一大热点球星。
- 3、TCL 在拉动年轻群体大策略下，不仅通过娱乐营销，更在体育大年深耕体育圈层人群。让更多的消费群体重新认识全球化的 TCL，有效连接年轻消费者。

营销目标

- 1、提高品牌知名度和美誉度；
- 2、实现消费者迭代，加速品牌年轻化；
- 3、借势体育营销提升品牌力，推动产品市场推广和销售。

策略与创意

差异化营销:

- 1、年初提前占位（巴西发布会，亮出 T 手势，占先机+大屏广告定印记）。
- 2、赛前卡位（T 手势掀起全球受众助威-搅动全球覆盖 N 国的用户、消费者、员工、各领域大咖、同时配合大屏、大巴广告曝光+《秘密》央视上线，传递向前，一往直前的态度）。
- 3、赛中前往俄罗斯观战+全国生就传奇足球主题路演持续发力，产品与足球互动结合，感知产品科技。

独创性 Creativity and originality:

- 1、以品牌基因的共鸣为内核传递品牌信息——生就传奇。
- 2、T 手势，这一超级符号，象征着加油，也代表着 TCL 与内马尔拥有同样拼搏突破精神的 T 手势（T 手势=TCL=Born a legend Together=加油！），链接内马尔与 TCL，传递品牌精神。

3、 联动品牌、各产业、到渠道零售以及海外部门，从高管到员工，从中国到全球，实现真正的全球全链路营销。

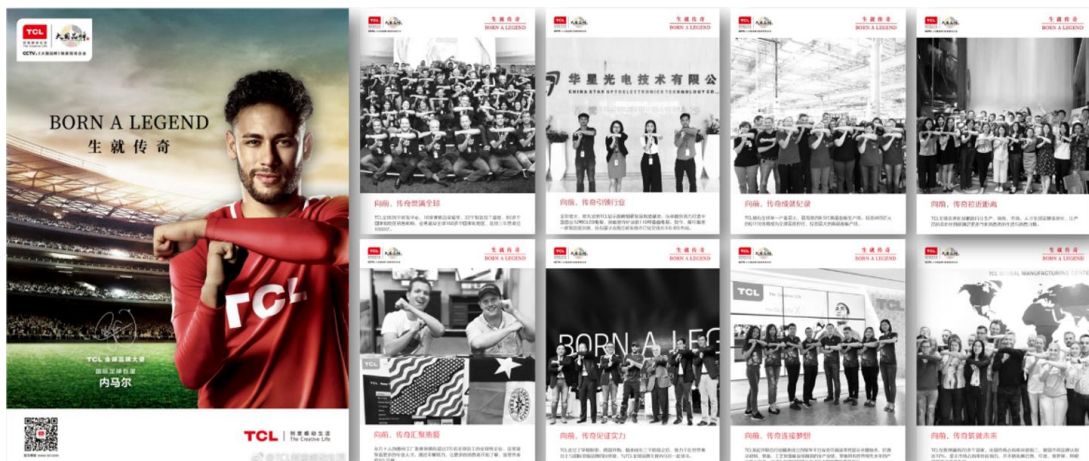
执行过程/媒体表现

STEP1: 4 月，生就传奇

签约内马尔，T 手势亮相，打响 TCL 体育年的全球化营销战役

巴西当地时间 2018 年 4 月 17 日，“TCL&内马尔全球发布会”在巴西举办。发布会上，TCL 授予内马尔“TCL 全球品牌大使”身份，并共同见证 TCL 全球化成果、全球化战略及南美新品发布。现场，内马尔与 TCL 高层比出 T 手势共传品牌精神。

活动引发巴西、欧洲、北美洲、中国在内的全球媒体争相报道。同时，TCL×内马尔主题广告在全球 14 国 20 城商圈强势曝光，从巴西发布会到世界各地，TCL 在体育大年的全球化营销战役正式打响。



STEP2: 5 月，传奇召唤

T 手势助威团招募，搅动全球关注，为 TCL×内马尔助威

TCL 传奇助威团全球招募卡位内马尔 IP 及世界杯节点营销，对外渗透品牌传奇基因，以 T 手势作为区隔符号串联全球招募推广，搅动全球粉丝助威 TCL 品牌全球化。

互动跨界搅动 TOP 街舞达人自创 T 手势舞，财经体育大咖、海外推特红人 show 出 T 手势，TCL 高层及各产业员工，海外员工共同参与，招募最终搅动全球，全球粉丝及用户覆盖 5 大洲 15 国，引发 4 亿人参与。



STEP3: 6 月初，传奇亮相

TCL&内马尔主题 T 手势全球广告投放，传递 TCL 与内马尔共同价值观

TCL 推出第二波“TCL&内马尔”主题全球广告投放，以平面广告、TVC 的方式，在 14 个国家核心商圈刷屏，通过持续曝光覆盖全球用户，并通过用户的 social 再传播实现曝光裂变，以指数增长的传播速度把核心信息传递出去，是本次在全球覆盖范围最广的营销。

STEP4: 6 月中，见证传奇

传奇 T 手势助威团赴俄见证传奇，实时营销刷屏传奇

TCL 传奇助威团正式集结，从全球各地启程前往莫斯科。在赛场为内马尔助威同时，TCL 带领大家参观了 TCL 莫斯科终端卖场 Eldorado。体验了 TCL 新一代产品中的高端科技。将 TCL 海外情况反哺国内，让更多消费者了解一个全球化的 TCL。





同时，在国内借势国内体育第一互联网入口腾讯体育平台，联合打造“空气足球×内马尔 T 手势”舞蹈，倡导为内马尔助威及生就传奇品牌精神。

STEP5: 6 月中，共创传奇

发挥零售平台等渠道优势，见证世界杯营销战役胜利

今年世界杯恰逢中国电商大节-618，TCL 通过系列动作开启零售营销，抢占热销 C 位。

- 1、终端包店，打造世界杯氛围。
- 2、开启全国主题巡演，吸引更多消费者为内马尔助威，通过创意足球主题互动中体验 TCL 科技化、智能化生活方式。
- 3、打造定制款产品制造热点吸睛话题为销售造势。

在此情况下，全网销售数据显示，TCL 全品类线上销售额达到 16.5 亿，同步增长 45.1%。



营销效果与市场反馈

聚集年轻群体，以年轻人关注度极高的 TOP 街舞达人-小白自创 T 手势舞为引爆点，激发财经体育大咖、海外推特红人 show 出 T 手势，TCL 高层及各产业员工，海外员工共同参与，招募最终搅动全球，全球粉丝及用户覆盖 5 大洲 15 国，引发 4 亿人参与。

全网销售数据显示，TCL 全品类线上销售额达到 16.5 亿，同步增长 45.1%。

TCL×内马尔引爆关注，#生就传奇#内核有效传递：

- 1、指数峰值超过以往：传播期内，TCL 微博指数峰值达 354,698，百度指数峰值达 40,638；
- 2、#生就传奇#微博话题阅读量超 4 亿，3 次登上微博热门话题总榜 Top1。

销量迅猛增长：

- 1、TCL 今年俄罗斯的市场销量上涨了 30%，达到行业平均水准的 2 倍；
- 2、618 期间 TCL 全品类线上销售额达到 16.5 亿，同步增长 45.1%；
- 3、2018 年 TCL 在俄罗斯的市场销量也上涨了 30%。

业界口碑：

- 1、TCL 让中国实力大国品牌获认可，成为全球“天之骄子”——CCTV 张斌；
- 2、TCL 选择内马尔，更在世界杯遇到更好的自己——天下足球；
- 3、TCL 影响力广大的创意营销，效果比世界杯合作伙伴和赞助营销效果好——互联网评论；
- 4、品牌全球化有捷径可寻，TCL 这家企业做到了——哈佛商业评论。

项目回顾视频：<https://v.qq.com/x/page/b0831xq8k2i.html>