

耐克奥运Crazy Ad

第一部分

**背景&目标**

## 2012 伦敦奥运会

NIKE遭遇三大运动资源全军覆没  
凭借微博上“伟大体”逆袭  
成功赢得奥运营销大战



## 2016 里约奥运会

NIKE首次成为赞助商  
阔别四年，微博如何助力NIKE  
借势奥运 再起风云

Target



曝光

提升品牌好感度

第二部分

# 洞察&策略

# 洞察

## 新时代



移动社交时代  
看奥运上微博已是标配

移动互联网爆发式的增长，刷新了信息传播与人们社交的方式，也迎来了新的奥运营销时代。

## 新战场



品牌必争热点  
花样借势 硝烟四起

阔别四年的奥运会，各大品牌不留余地的蓄势待发，奥运实时广告也是花样迭出。

## 新挑战



用户注意力易分散  
抢夺用户眼球日益困难

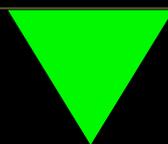
用户注意力被各种渠道的信息不断分割。品牌除了巨额狂轰滥炸式广告投放，很难达到一个爆发式的品牌营销热点。

移动社交时代，如何抓取用户注意力，打响NIKE奥运借势第一枪？

# 策略

在最强**黄金入口**  
制造一个**超级顺滑的营销过程**

在用户注意力稀缺的时代，营销套路需一气呵成，中间没有任何打结和停顿，保证互动性、观赏性和转化力的有效到达！



BIG IDEAL

抢占用户社交第一视觉  
**5秒**锁定用户注意力

制造**NIKE**在奥运开幕式当天的网络最强音！

第三部分

媒介&执行

# 执行

吸睛+圈粉 从打开微博那一刻开始



1-用户打开微博



2-弹出动态画面



3-互动型自动观影



4-自动跳转至NIKE官微圈粉



全流量承包微博开机  
拦截用户社交第一视觉



底部【一探究竟】  
悬疑式抓住用户眼球



自动播放  
NIKE全新奥运TVC



跳转NIKE官微  
+关注 圈粉无数

# 亮点

## 论一气呵成的5秒开机视频广告如何达成

1S

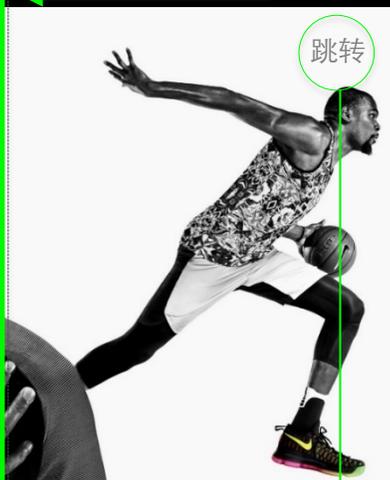
5S

全屏随处点击  
即可触发短片



一改以往【进入微博】  
定制NIKE文案【一探究竟】吸引用户点击

动态画面向左滑动



点击即可关闭广告，保证用户体验

短片预先加载完  
无需wifi即可播放



视频播完直接跳转官微  
或点击下方button跳转



点击【返回】即可回看TVC

一键加关注  
圈粉无数

第四部分

效果&反馈

# 效果

5秒开机为NIKE摘下这一届奥运开幕式营销金牌

5.8亿

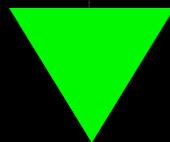
曝光量

成功锁定584,322,701次眼球

3.6亿

播放量

视频共播放364,804,311次

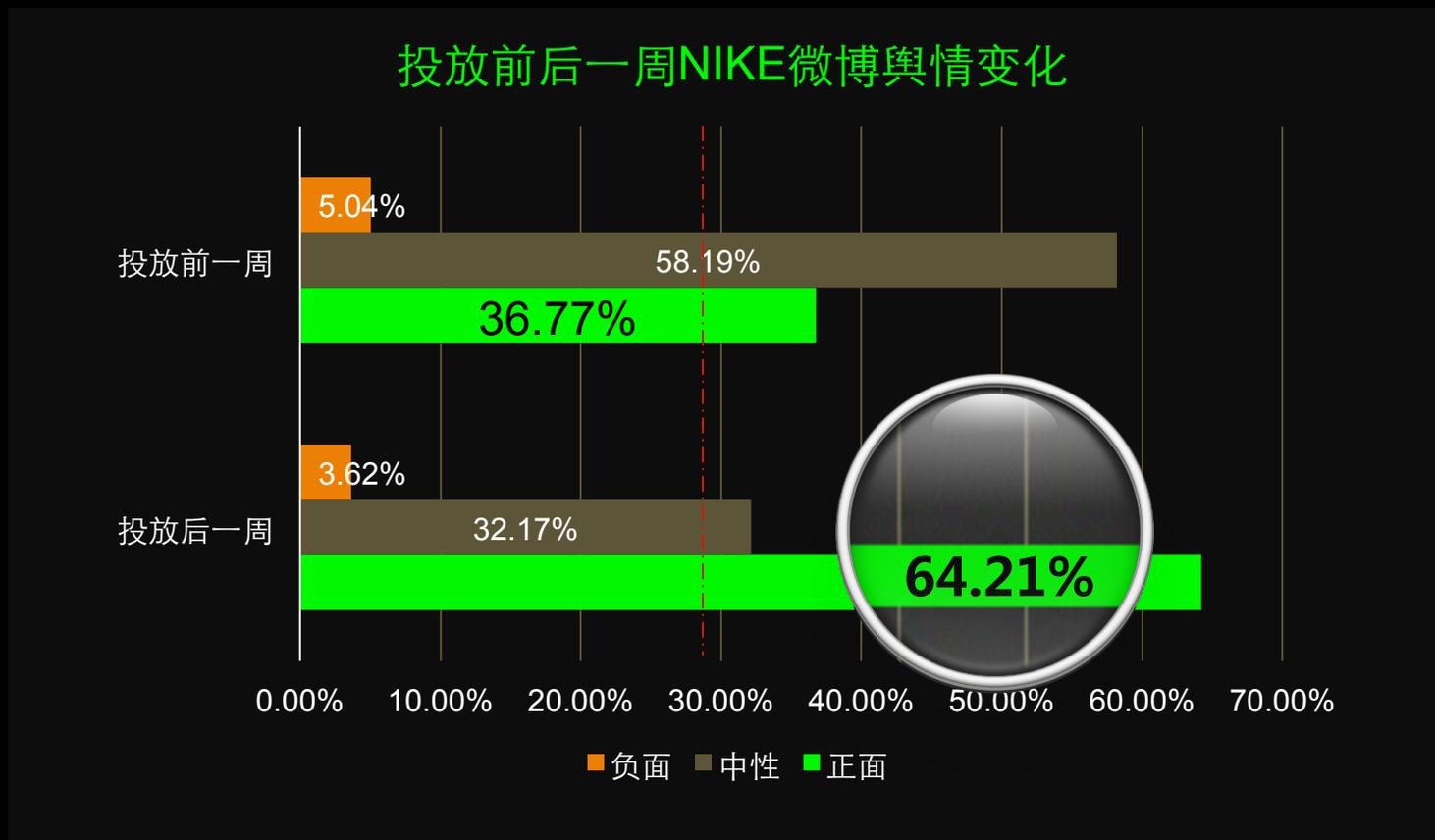


并成功为NIKE官微圈粉7万人 

注：微博

# 效果

投放后，NIKE微博正面舆情上涨75%，品牌好感度飙升



投放后，NIKE在微博上的正面舆情上涨了75%，用户对NIKE的品牌好感度飙升！另外，中性舆情下降26.02%，负面舆情下降1.42%，对品牌无感人群大量减少。







扫描二维码  
即可观看作品视频

**THANKS**