

小牛在线双鹏篮球赛 《进击吧！篮鹏友》

- ◆ 广告主：小牛在线
- ◆ 所属行业：互联网金融
- ◆ 执行时间：2016.12.07-12.20
- ◆ 参选类别：短视频营销类

小牛在线 & 双鹏篮球赛

《进击吧！篮鹏友》



案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里面观看视频

http://v.youku.com/v_show/id_XMjkzODI1MTQ4MA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

或者扫一扫看视频



目录

- 01 背景&目标
- 02 洞察&策略
- 03 媒介&执行
- 04 效果&反馈

背景&目标

项目背景

互联网金融行业都在做社会公益，从而增加品牌美誉度，但由于不重视后续传播，消费者难以接收到品牌做公益的信息。

小牛在线一直在拓展公益项目，从《妈妈很牛》到《宝贝很牛》，一直都在给予社会弱势群体关心与帮助，但知名度也不高。

为呼吁更多孩子参与体育活动，小牛在线举办了“宝贝很牛·薪火阵营”的篮球训练营，如何在公益项目缺乏关注的情况下以此提升品牌美誉度、树立良好的企业形象，增强消费者对品牌的信心与信任。

传播目标

小牛在线作为合规的健康平台，是否在众多质疑中突出重围，是否在本次营销活动过后提升了品牌知名和美誉度、取得社会信任。

洞察 & 策略

目前面临的挑战和困境

小牛在线一直低调做社会公益，并不被大众所知，若要使其进入公众视野，需要制造爆点事件。

通过对目标人群的洞察

每个孩子都拥有梦想，但不是每个孩子都能追逐梦想。我们发现很多品牌关爱贫困孩子都更加关注“学习”这一个方面，而并没有用心去感受孩子们本身的喜好、想法；而小牛在线更希望从孩子爱好、梦想出发，让“双鹏”帮助拥有篮球梦的孩子实现自己梦想，让孩子们收获坚实的成长正能量。

传播策略

线下与“薪火阵营”的王仕鹏进行线下“双鹏篮球赛”，线上以深受年轻人欢迎的日本动漫拍摄手法，配合中二台词病毒重现“双鹏”对决篮球比赛。

整个案例的核心策略

利用代言人大鹏与合作机构“薪火阵营”的王仕鹏进行线下“双鹏篮球赛”，以“双鹏篮球赛”为核心，挖掘活动亮点；以病毒视频等创意吸引用户关注，多渠道传播配合，最大化曝光活动。

案例的最大亮点

以邀请王仕鹏与代言人大鹏进行一场线下篮球活动作为契机，制作传播病毒视频。视频以深受年轻人欢迎的日本动漫拍摄手法，配合中二台词病毒重现“双鹏”对决篮球比赛。通过双鹏对决过程向新生代传递正能量，鼓励新生代坚持篮球梦。

媒介&执行

双鹏篮球赛

+

宝贝很牛·薪火阵营
公益计划

线上推广规划

小牛在线双鹏篮球赛整体传播规划

TIME line

12月3日-12月9日

12月10日

12月11日~20日

传播规划

预热期

活动当天

引爆期

传播目的

吸引关注

引发互动

广泛传播&品牌提升

核心活动

- 大鹏微博约战王仕鹏事件
- 论坛互动话题
- 双鹏预热视频

- 微信+直播平台双直播
- 官微全程互动
- 社交&公关传播

- 病毒视频传播
- 活动社交化传播
- 社交&公关传播

媒介配合

明星微博
@王仕鹏7

网络论坛
虎扑论坛等

自媒体
官方微博、官方微信

网络直播
视频平台(映客、花椒)
微信直播

自媒体
官方微博
官方微信

其他媒体
电视、纸媒、门户网站等媒体记者参与现场活动、采访等
(后期报道)

电视媒体
广东体育频道

视频媒体
一线视频网站为主(优酷等)

网络媒体
体育类(虎扑等)
门户类(大粤网等)

自媒体
官方微博、官方微信

报纸媒体
本地类(深圳晚报等)
省级类(南都等)

社媒
体育类红人KOL
体育类论坛、贴吧

效果&反馈



大鵬

小牛在线创始人

牛人赛: **投出新高度**

NIU BORN

你选择不了出身
但你可以选择狂奔

2016年小牛在线双鹏公益篮球赛
暨宝贝很牛&薪火阵营签约仪式



宝贝很牛 首席篮球官
王仕鹏

2016年12月10日 14:00
深圳欢乐海岸(中影国际影城正门门口)





内容热血感人，没有进行大力推广，播放量已达到**18万**，可见该视频影响力大，从内容打动消费者。该视频从贫困山区孩子也有篮球梦的主线出发，“宝贝很牛.薪火阵营”通过一场“双鹏”篮球赛为这帮努力的孩子加油，让他们的“篮球梦”起飞！

腾讯视频 不负好时光

首页 | 电视剧 综艺 电影 VIP影院 体育

全网搜 鬼吹灯之精绝古城

领V币 看过 看单 上传 PC客户端

没见过正规篮球架

踏上标准球场 0 次

18.0万次播放 分享 下载视频 手机看

10亿导演决战国民MVP 易建联寄语小牛在线公益训练营

PC客户端连续签到 5天送VIP 去免费抢VIP

相关推荐

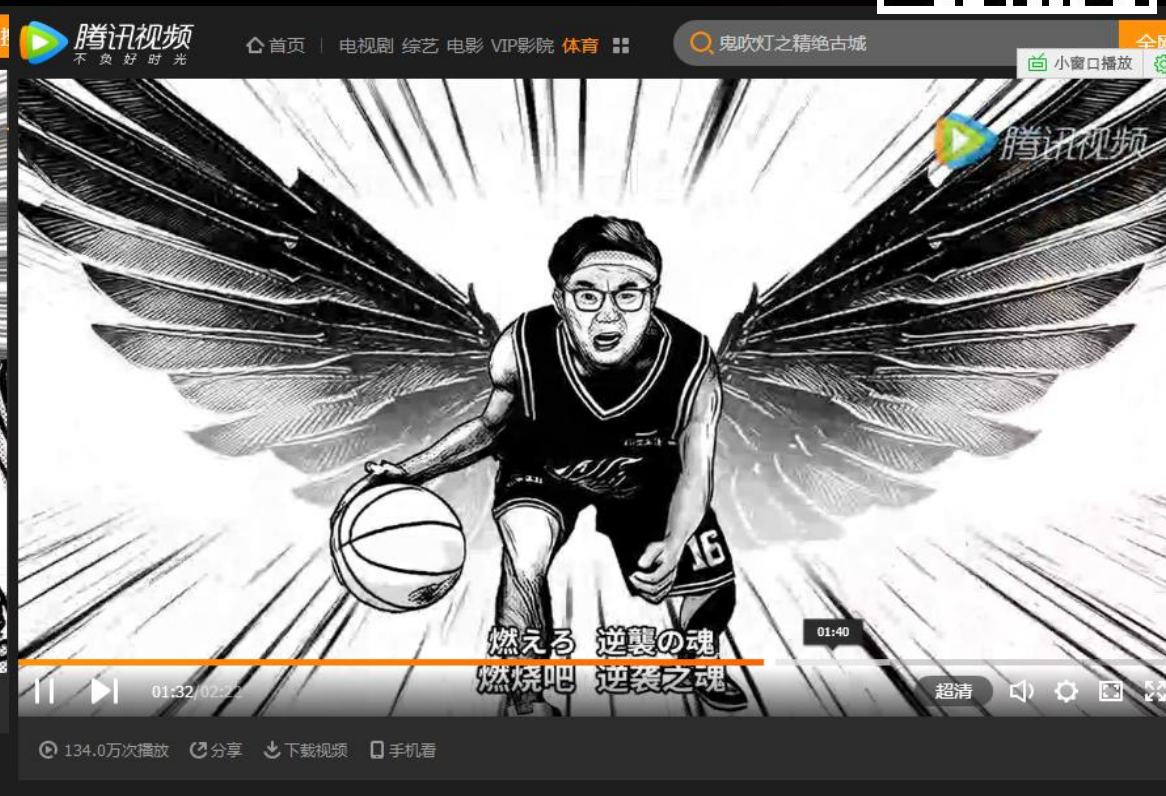
- 易建联很差吗？看看詹姆斯，科比，安东尼是怎么看待阿联的 01:23 27.3万
- 易建联苦练低位假动作接转身后仰跳投 00:42 1.8万
- 易建联和郭艾伦一场不正常的篮球比赛，真没见过还能这么打篮球 01:42 17.7万
- 「易建联系列勾手投篮」低位上线后撤步压入转身底线勾手投篮 01:06 13.4万
- 你确定这是在跑酷而不是在自杀？ 05:54 98.2万
- 尼克杨当街送花秀恩爱 看看女友的魔鬼身材这钱花的值啊 01:51 140.1万



腾讯视频链接：<https://v.qq.com/x/page/v035218ayjo.html>



视频以深受年轻人欢迎的日本动漫拍摄手法，配合**中二**台词病毒重现“双鹏”对决篮球比赛。
通过双鹏对决过程向新生代传递正能量，鼓励新生代坚持篮球梦。该视频播放量已高达**553**万。



为了比谁射的准，两个男人拼上所有的尊严！

腾讯视频链接: <https://v.qq.com/x/page/v0356bvql4d.html>

总曝光量高达
4275万+

视频播放量高达
553.1万+

社会化媒体总阅读量高达
119万+

全面超额达标

总体概况

备注：数据统计至12月27日

注：含微博，微信，论坛等平台

整体投放效果均优于KPI标准。

项目整体执行效果

类别	预估总曝光量	实际总曝光量	预估总播放量	实际总播放量
源发视频	——	——	5,000,000	5,531,767
类别	——	——	预估总播放量	实际总播放量
电视台	——	——	90,000	100,000
类别	预估总发行量	实际总发行量	——	——
纸媒	6,700,000	6,700,000	——	——
类别	——	——	预估总点击量 (PV)	实际总点击量 (PV)
门户	——	——	1,000,000	1,312,000
类别	——	——	预估总播放量	实际总播放量
直播	——	——	25,000	39,400
类别	阅读	点赞	——	总互动量
微信KOL	308,241	1,529	——	309,770
类别	转发	评论	点赞	总互动量
微博	163	173	739	1,075
类别	阅读	讨论	——	总互动量
论坛	890,421	6,008	——	896,429

备注：数据统计至12月27日

源发视频点击链接汇总

序号	平台	品类	推荐资源	视频链接
1	腾讯	体育	频道页	https://v.qq.com/x/page/l0357mbiahw.html
2	优酷	原创	频道页	http://v.youku.com/v_show/id_XMTg3MjI3NDYzNg==.html
3	优酷	体育	频道页	http://v.youku.com/v_show/id_XMTg3MjI3NDYzNg==.html
4	爱奇艺	拍客	频道页	http://www.iqiyi.com/v_19rra4p4x0.html
5	搜狐	生活	首页+频道页	http://my.tv.sohu.com/us/236693111/86585254.shtml
6	56	生活	首页+频道页	http://my.tv.sohu.com/us/236693111/86585254.shtml
7	土豆	体育	首页+频道页	http://www.tudou.com/programs/view/4lSCPZsEuFY/
8	乐视	生活	首页+频道页	http://www.le.com/ptv/vplay/27286702.html
9	新浪视频	话题	首页	http://video.sina.com.cn/view/250892291.html
10	第一视频	体育	首页	http://www.v1.cn/2016-12-19/2486717.shtml
11	酷6	体育	频道页	http://v.ku6.com/show/VAYfB_4ifu3U4IdrVgI0FA...html?hpsrc=1_25_1_1_0
12	网易新闻客户端	视频	移动端频道页	/
13	PPTV	原创	首页	http://v.pptv.com/show/jgicdUoX99jSXF0.html?rcc_src=www_index
14	风行	原创s	首页+频道页	http://www.fun.tv/vplay/g-307471/

推荐位汇总：8个首页；11个频道页，其中，体育类频道页占5个。

传播亮点

以双鹏篮球赛为核心

打通传统媒体和网络媒体渠道，
传播小牛在线正能量，
提升企业形象

直播平台+微信双直播模式覆盖
用户，
官方微博微信全程跟进

以病毒视频为传播亮点，
引发全网扩散，
社交化+公关传播配合宣传

使得此次营销成为**互联网金融线上线下营销的优质案例**