

vivo × 网易 “有态度” 4年IP打造

- ◆ 广告主: vivo
- ◆ 所属行业: 手机3c行业
- ◆ 执行时间: 2014.10.25 –2017.11.28
- ◆ 参选类别: 媒介整合类

案例视频

<http://v.163.com/paike/VDE11O9CU/VDKHKGKR1.html>

或者
扫一扫看视频



OV同质化竞争，消费者认知混淆

- 从诞生伊始，vivo手机与OPPO手机就像双生子，品牌定位、产品设计、营销手段极其相似。
- 均走泛娱乐路线、邀请大牌明星代言、冠名热门综艺。鲜明广告词循环洗脑占领消费者心智。
- 正因为如此，消费者对这两个手机品牌的认知混淆，很难分清两个品牌乃至手机型号。

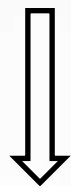


vivo
Camera & Music

• 树立 vivo 独特的 品牌文化

让vivo形成具有强大影响力、传播力并且独一无二的品牌文化，与直接竞争对手OPPO乃至市场上所有手机形成鲜明区隔。

如何让vivo在茫茫“机”海中**脱颖而出**?



从**外在**提升附加值

产品设计



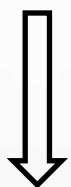
明星代言



推广画风



同质化严重，此路不通



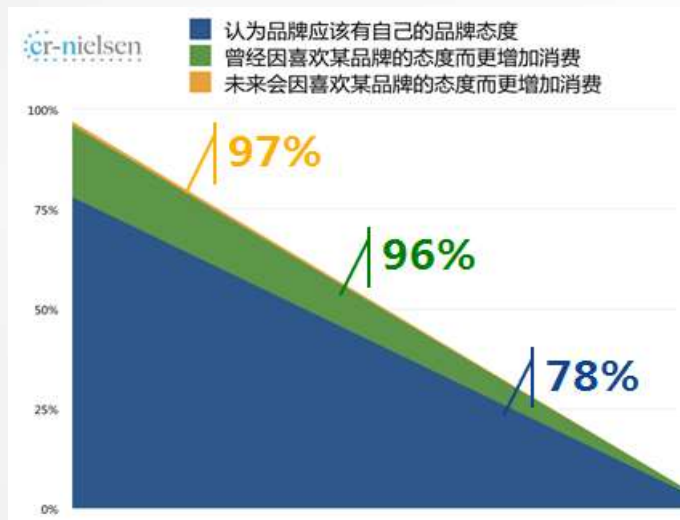
从**内核**强调品牌理念

品牌精神



研究表明，大众尤为青睐**有态度**的品牌

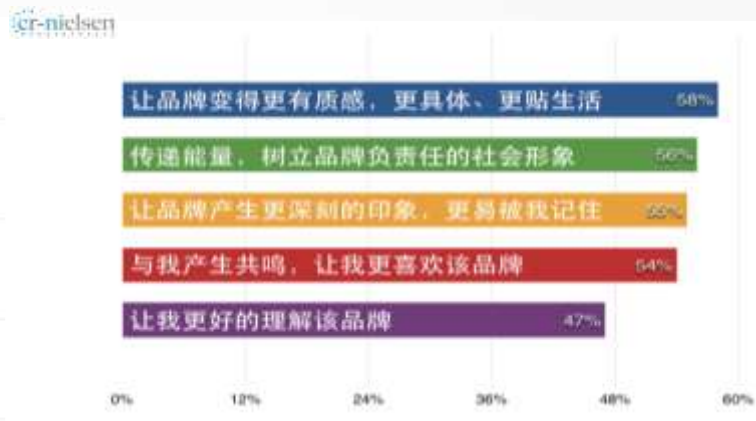
态度是品牌的必需品



让**态度**成为 vivo 品牌的精神支点

数据来源：
互联网品牌态度研究，
CR-Nielsen, 2014.8

有态度让品牌得到更多的爱



有态度就要大声说出来

被调网民喜欢那些能彰显品牌态度的广告/营销活动的原因



最权威盛典+有态度品牌



2014
有态度乐享极智



2015
态度与时代共鸣



2016
有态度不独行




2017
我们都是发光体

合作成长性

**有态度伴随
vivo品牌一路成长**

vivo一直在进步，而有态度盛典则会契合其当年的品牌思路或产品卖点，再结合时代面貌，共创新的主题，让vivo有态度的品牌精神内核不断丰富与成长。



让vivo的品牌精神落到实处
大众认知的杠杆
让盛典成为撬动

•【短时爆炸力】

•短时、强效**名人效应、公关效应**，迅速引爆&传播，助力态度落地。

•【内容延展度】

•**O2O展开态度内容**：前期线上态度话题造势→提高线下盛典关注度→盛典态度发言、现场互动→掀起新一波的线上态度热话与用户主动传播。

•【时效延伸性】

•历经四载，贴合时代发展潮流，态度精神**与时俱进**

有态度明星矩阵

活出真我



有态度乐享极智



有态度烙印

通过名人态度碰撞，让网友进行观点站队，为vivo打造强烈的态度烙印



态度对话激发思考



每个人都有自己的态度

够快才畅快



有态度 畅快表达



有态度表达

vivo通过有态度标签鼓励受众：每个人都可以畅快表达自己的态度

不妥协 有范儿 任性 无龄感 犀利 敢ZU敢乐



— 胡歌

“坚持表演，就是我的不妥协”



— 赵雅芝

“女神，应该是一种正能量”



— 耿乐

“不一样又怎样？勇敢做自己！”



— 朱茵

“坚持自己的态度，魅力就会慢慢散发出来”



— 吴莫愁

“争议越多，越要坚持自己的态度”



— 陈乔恩

“每一个跟我合作过的男演员，都是100分”

态 度 星 球

品牌年轻化



有态度 不独行



年轻族群态度

洞察到年轻人**追求个性的同时渴望被认同**的心理，聚焦“族群”文化，以“有态度不独行”为核心理念，创造6个代表不同族群的“态度星球”，每个星球都有自己的态度榜样和伙伴



态 度 焕 新

逆光也清晰

我们都是发光体

各有态度

vivo与网易再度持续深化品牌战略合作，将网易新闻“各有态度”的品牌新主张，对应不同的年轻人性格特质，并赋予每种**特质鲜明的个性**色彩，让每一个年轻人的态度，焕发无尽光芒。



花式互动 引爆social

激发每一个发光体的力量

打破传统盛典的投票形式，重磅推出“明星组队 给爱豆打CALL”，组建“明星战队”

微博话题总阅读量：**46.6亿** 登上微博热搜：**10次**



#2017有态度人物孟子坤#
阅读量9亿



#2017有态度人物白敬亭#
阅读量8.8亿



#2017有态度人物毛不易#
阅读量8.8亿

.....



#2017有态度人物PG one#
阅读量10.9亿



#2017有态度人物王嘉尔#
阅读量1.4亿



#2017有态度人物赵天宇#
阅读量2.6亿

网易vivo
共建态度

镌刻强烈
品牌烙印

品牌理念
与时俱进

持续四年
态度升级

盛典落地
强化认知

屡造爆点
品牌红利