

# 创新媒介定义不同

## PUMA全线新品整合推广服务

- ◆ 广告主: PUMA
- ◆ 所属行业: 鞋服
- ◆ 执行时间: 2017.05-2018.01
- ◆ 参选类别: 媒介整合类

## 品牌背景 Background

2017  
PUMA 全新出发

- 推动品牌持续年轻化
- 潮流文化的差异化推广
- 延续科技+的品牌基因

PUMA专注产品技术创新  
是运动品界的“技术控”  
竞品争相绑定潮流、ICON示好年轻人群  
让PUMA错失年轻市场爆发增长期

2016  
潮流 + 时尚 单品  
贴 近 年 轻 市 场

2015

2014

持 续 市 场 低 温

品 牌 影 响 力 回 暖

## 品牌背景 Background

2016年

PUMA单品+小米首次合体



颠覆性媒介创新  
成功打造品牌爆品传播

2017全年

P U M A 全 线 产 品 深 度 联 合



消费者长期沟通阵地

持续注入年轻血液

科技基因重塑媒介



化身金牌创新代理，为全线产品定制创意策略

## 目标 Target

PUMA希望借品牌回暖势头，进一步**拉升影响力及市场份额**。  
持续传递年轻化、潮流化、科技化得品牌调性，并借每一次新单品发布之际，  
**制造超越传统媒介的用户沟通方式**。

### 持续传播

- 完整的年度传播
- 形成持续性影响力

### 新品推广

服饰品牌的更新  
频率相近，打造  
出推广的差异化

### 年轻化

- 打造年轻形象
- 触达年轻用户

### 传递理念

在传播中融入  
品牌理念和基因

## 营销策略 Strategy

整合小米手机内数款24H高频触达的媒介，  
让PUMA成为年轻用户的贴身伙伴，让新品广告成为一种生活服务。



智能生态营销解决方案

入口级全场景覆盖

科技基因重塑媒介

全年新品传播规划

打造营销整体感

渗透用户生活场景

提升品牌透彻度

持续创新

保持品牌新鲜感

## 针对PUMA全年上市新品，进行品牌传播规划

从“原生化”到“场景化”到“服务化”不断升级

### NETFIT跑鞋

主打网面材料和个性鞋带系法



2017年5月

### 手机应用锁换肤

每一次解锁手机都是新品体验



### T7 & Suede

主打嘻哈风格



2017年8月

### 小米音乐歌单

手机化身品牌点歌机



### 冬季新款服饰

主打保暖和明星同款



2017年11月

### 定制手机主题

随天气而变化的新品广告



### limitless

主打街头潮流



2018年1月

### 小米运动年度报告

数据资产化身沟通联系



# 每一次解锁手机都是新品体验!

产品与媒体的完美结合, 准确传递产品卖点

推广单品: NET FIT是一双以“系出你的风格”为主题的运动鞋, 主打网面材料+个性鞋带系法

小米独家“手机、应用解锁”定制

解锁界面背景换肤

视觉感、体验感更强

解锁过程模拟穿鞋带

直观、趣味传达产品特征



## 全局频控 + 定向 精准锁定TA | 保护用户体验

- 锁屏解锁增加频控, 优化高频功能的体验
- 应用锁覆盖自有APP和所有第三方APP



- 配合系统级跨APP开屏广告联投
- 动态开屏展示强化新品独特鞋带设计

# 手机化身品牌点歌机

原生化歌单定制，借助热点，强化品牌嘻哈精神

推广单品：蕾哈娜代言新品T7&Suede，传递品牌悠久嘻哈历史

## 小米音乐嘻哈歌单定制

原生歌单契合用户

永久生成品牌专属歌单

强化嘻哈品牌形象

专题讲述PUMA嘻哈历史

契合嘻哈音乐热点

音乐内容选择贴近热点





# 随天气而变化的新品广告

小米手机主题，打通软件服务，深化场景触达

新品推广：PUMA推出新款羽绒服和运动鞋，特邀杨洋、刘昊然、刘雯担任代言人，传递冬日品牌关怀。

#肆意型冬#手机个性主题

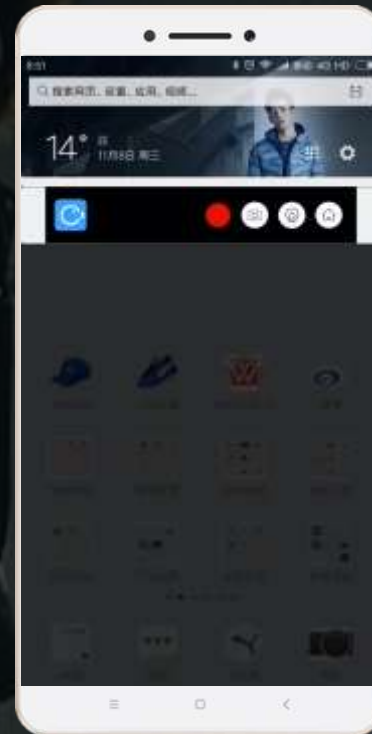
手机桌面打通实时天气

根据不同温度  
推送羽绒服、运动鞋单品

随天气变化触发品牌彩蛋

8°C以下，品牌优惠入口直达桌面

\*单日单次频次控制



随温度变化的桌面广告



# 定制代言人不同天气的温馨关怀

小米手机主题，打通软件服务，深化场景触达

新品推广：PUMA推出新款羽绒服和运动鞋，特邀杨洋、刘昊然、刘雯担任代言人，传递冬日品牌关怀。

每天首次点亮屏幕  
触发代言人温馨关怀

每天第1次点亮屏幕  
代言人送上当日天气的温馨关怀  
并随附专属主题优惠



# 数据资产化身沟通联系

小米运动2017运动年报回顾，引发社交传播

新品推广：PUMA 18年Q1新款跑鞋limitless，主打“own the street街头归你”的概念，强化与年轻运动人群的沟通，号召他们占领街头

精准锁定运动核心人群

世界第一可穿戴设备APP小米运动年度数据回顾，吸引运动人群聚集

数据内容深度结合

大数据延展全年跑步轨迹，引申品牌“占领街头”理念



## 结果 Result

- 【持续推升品牌影响力】全年为PUMA带来2亿+总曝光
- 【改变用户关注度】2018Q1年 VS 2017年Q1，用户**主动搜索**“彪马/PUMA”关键词，**增长高达185%**
- 【建立长期用户沟通阵地】小米音乐定制歌单累计收藏16W+人  
手机个性主题下载量2周即达81W次，累计有10W+**用户持续使用3个月以上**
- 【助力品牌市场攀升】高契合度的跨界合作，推动17年PUMA品牌**全年业绩增长16%**