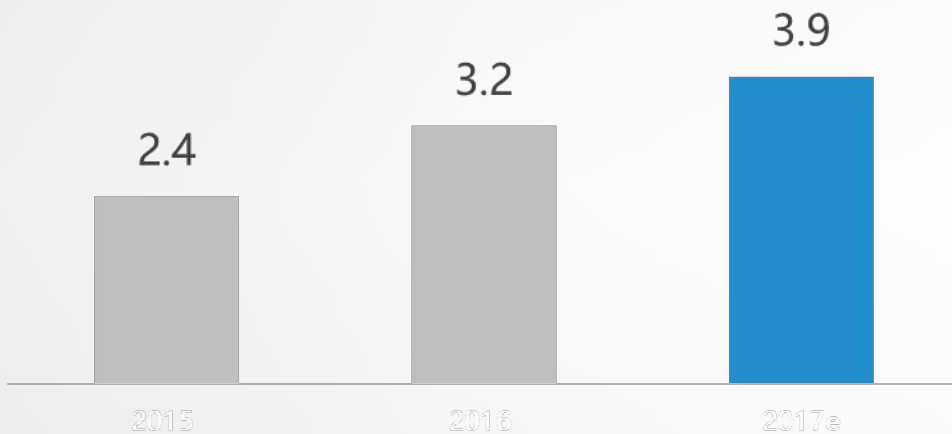


和凌仕一起ALL IN LGD

- ◆ 广告主：凌仕
- ◆ 所属行业：日化
- ◆ 执行时间：2018.08.16-08.26
- ◆ 参选类别：效果类

全球电竞赛事观众规模（亿人）



**全球电竞赛事观众
规模逐年增长**

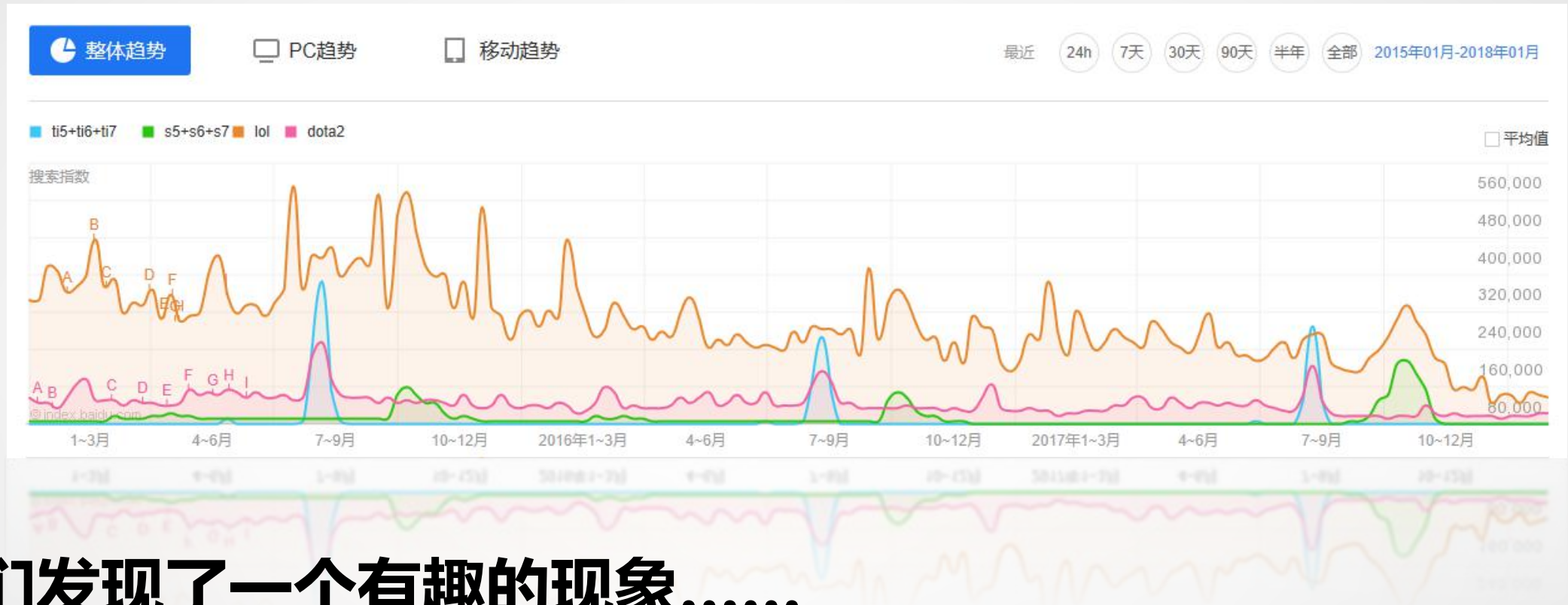


电竞成为2022年亚运会正式项目
王者荣耀/LOL拿到2018亚运会表演赛金牌



电竞赛事的关注度已经能够与体育赛事媲美
LPL/TI8等电竞赛事百度指数与中超/亚冠持平

**电竞赛事逐渐向
主流赛事看齐**



我们发现了一个有趣的现象.....

DOTA【TI赛事】百度指数与LOL【S赛事】百度指数不相上下

2500万

观看直播的用户

2000万

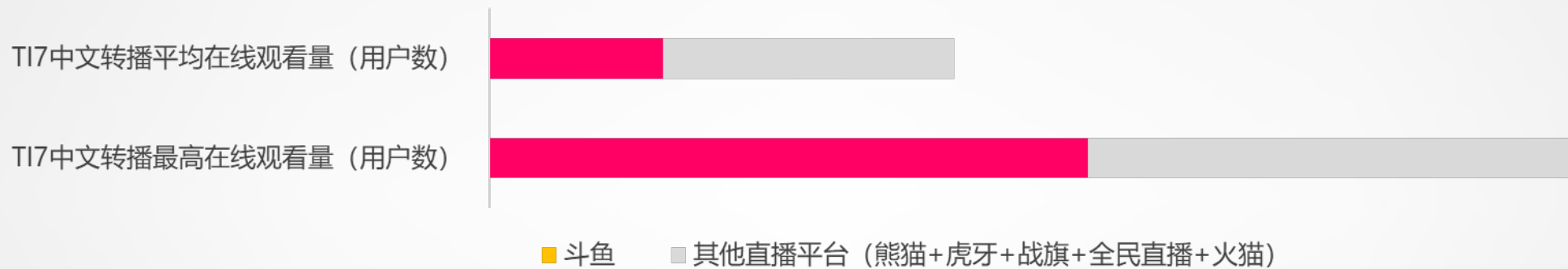
中国观赛用户

2-5名

为中国战队包揽

凌仕选择
赛事期关注度极高的**TI8**进行合作

TI赛事超过半数的观看用户都在斗鱼 与斗鱼合作能够最大程度reach到TI8观看用户



YYF >>>
TI2冠军选手YYF
DOTA界的造梗大师
全网DOTA2第一主播



820 >>>
DOTA界最伟大的队长
IEM世界总决赛冠军
最受欢迎的OB解说成员



谢彬 >>>
Dota明星选手
LGD战队前队员
WCG中国区冠军



斗鱼拥有全网最具号召力DOTA2主播矩阵

INSIGHT

2018是体育大年
相比无法入围世界杯的足球，差一步走上巅峰的LPL

TI是捍卫中国荣耀的希望

爱国情怀与中国骄傲让无数的电竞爱好者
为中国最有夺冠希望的队伍声援！



LYNX 凌仕

LGD

斗鱼
DOUYU.COM



凌仕牵手冠军预定战队LGD在斗鱼
一起捍卫中国的偶数年荣耀

“与凌仕一起ALL IN LGD”

MEDIA STRATEGY

冠名战队
提升品牌附加值

战队

营销赋能

调动平台两大优势资源
为品牌创造沉淀价值

主播

主播合作

增强水友共鸣感

MEDIA STRATEGY

场景赋能

依托斗鱼电竞属性精准捕捉目标用户

将品牌与TI8赛事直播场景强关联

不断加强用户记忆度与好感度



TOP战队LGD为凌仕背书，引起粉丝广泛关注



视频链接：<https://v.qq.com/x/page/z07206vwwqq.html?>

伤害量

1ST 2ND 3RD

Somnus M	No[o]ne-	Chalice
22749	22333	17381

#与凌仕一起 ALL IN LGD#

队长模式 X

PSG.LGD

PSG.LGD.Ame.凌仕LYNX

PSG.LGD.Somnus、M....

PSG.LGD.xNova.凌仕LYNX

PSG.LGD.fy.凌仕LYNX

PSG.LGD.Chalice.凌仕...

LGD电子竞技俱乐部

关注 339 | 粉丝 82万

微博认证: LGD电子竞技俱乐部官方微博

主页 微博 视频 相册

袖标、KV、TVC、游戏ID、官博.....

哪里有LGD，哪里就有凌仕

#与凌仕一起ALL in LGD#，提升了品牌的附加值与好感度

携手斗鱼TOP主播&战队成员共创内容，制造热点



斗鱼平台DOTA2头部主播联合职业战队经理发声 打造凌仕专属TI8解说节目《TI枫会》，创造沉淀价值



凌仕·Ti枫会

LYNX 凌仕

凌驾全场 · 势在必型



扫描二维码上凌仕天猫旗舰店
助力LGD 夺冠送刀币





Top Mobile Awards

TI8五大豪门战队经理空降TI枫会现场与主播互动 引发水友疯狂讨论，节目最终播放量突破千万大关

节目播放期间直播间实时



获得大量品牌讨论以及购买意向的提升

总弹幕量达到**555,771**

我信了

只能all in LGD了

买买买买买买买买

他们说的都对

峰哥是跟566一起洗了吗

广告鬼才 一起用凌仕

品牌内容入驻斗鱼官方赛事页面，为凌仕冠名强力造势

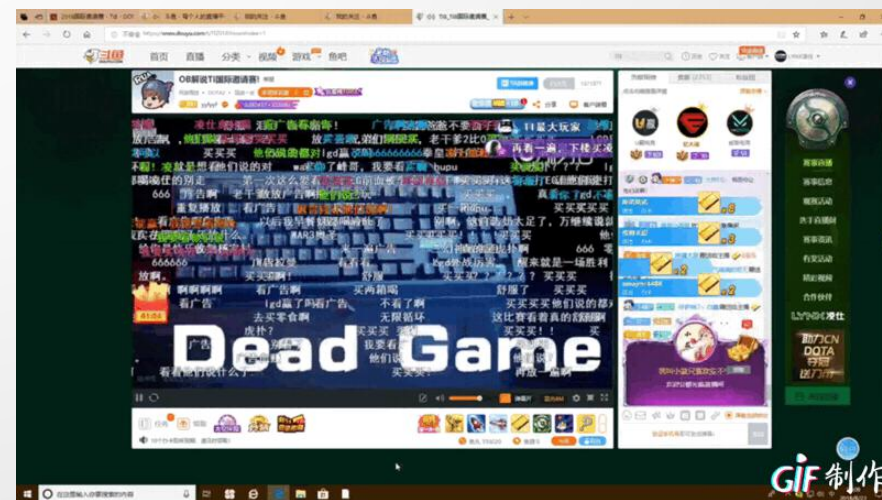
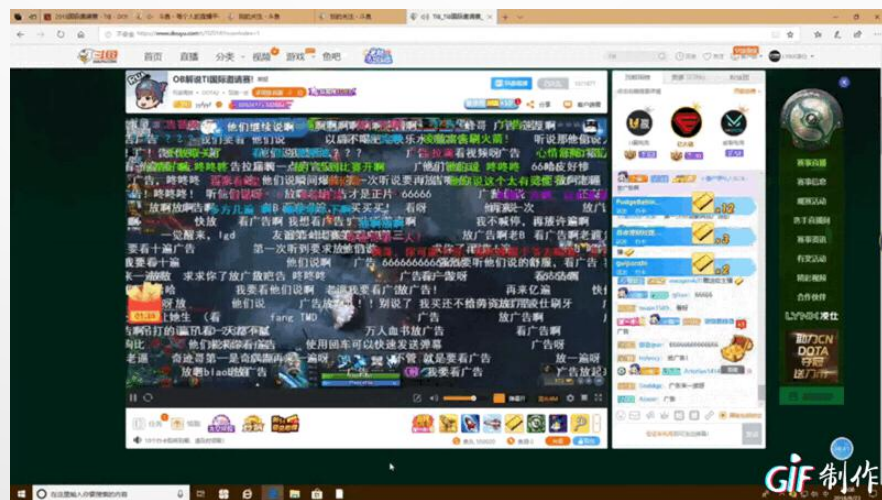


#与凌仕一起ALL in LGD#强关联比赛胜利时刻，激发用户主动与品牌互动

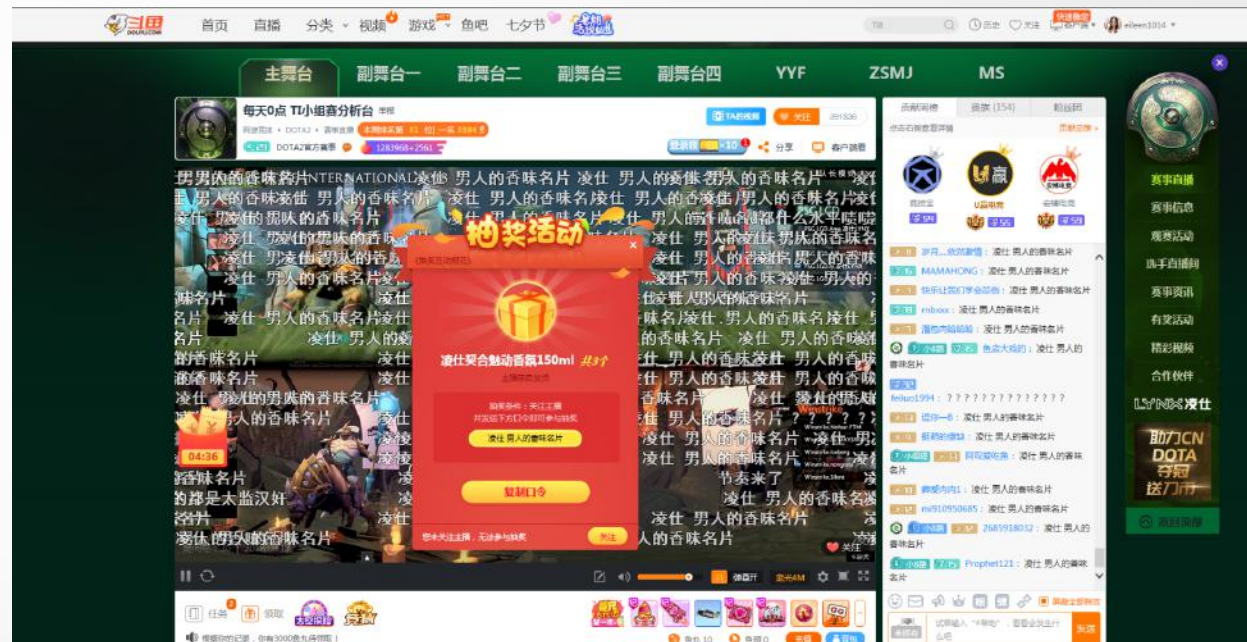
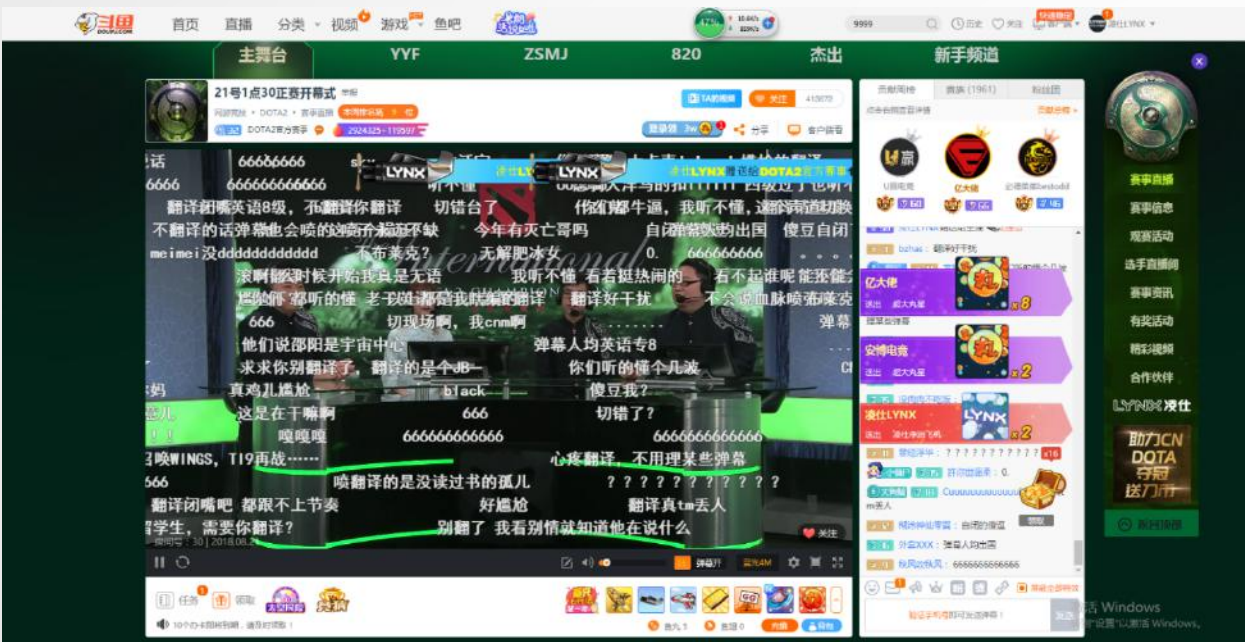


胜利时刻
播放凌仕&LGD贴片

弹幕反馈
水友喊着放广告



斗鱼打造凌仕定制礼物+弹幕红包 促进用户与直播间积极互动





Top
Mobile
Awards

活动效果

曝光量远高于普通硬广合作，并在斗鱼引发了大量讨论



曝光

全网总曝光

TI8 campaign期间凌仕
百度指数与自然搜索量达到
10x+

平台总曝光

TI枫会节目播放量达到
17,817,216

UV

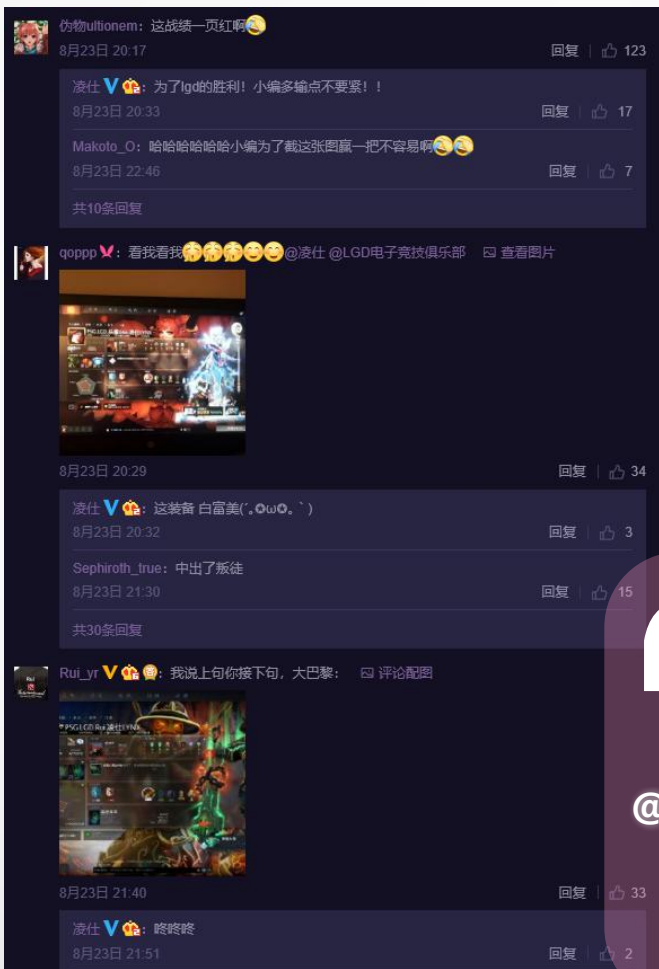
TI8官方直播间峰值在线用户数
3,040,000

转化

销量

LGD四强当天天猫销量
127% vs 618

品牌SOCIAL内容紧密结合赛事进程与战队战绩，通过微博/贴吧等社交平台在目标用户群中广泛扩散，获得了可观的社交声量，进一步导流电商



销售

水友甚至自发与凌仕天猫店小二进行“对暗号”互动

