

冠军时刻，寻找当年的Mate

- ◆ 广告主：华为
- ◆ 所属行业：泛IT
- ◆ 执行时间：2018.06.26-07.06
- ◆ 参选类别：内容营销类

HUAWEI Mate 10是华为手机高端机型代表

面对竞品崛起的挑战，品牌亟需就地反击

2018年夏天

竞争品牌vivo发布**高端机型**

且巨额拿下世界杯总赞

借势世界杯展开系列营销

华为如何打好这场热点营销反击战？



面对现状，品牌需要达成的两大目标

反击竞品



vivo NEX

非凡版6月发布

vivo发布高端机型NEX

狙击热点



抢占世界杯影响力的一席之地

本次campaign, 品牌面临的首要挑战



营销挑战

不能直接运用赛事相关元素

作为没有世界杯权益的品牌, 如何挖掘“赛事之外”可与消费者产生深度连结的内容对抗有权益的竞品, “巧借势”?

没有大额预算抢夺传播资源

竞品本身已经花费巨额占领社各大平台投放入口, 怎样用小预算精内容, 撕开一道血路让消费者“看得见”?

洞察——从国民大众的情感诉求作为内容切入点

面对各家品牌主在关注赛事本身，华为从用户情感出发侧击热点



手机是
联系
Mate
的**载体**



世界杯
无数
Mate
的**回忆**



找到DNA内容
当年“Mate友”情



情感角度 侧击热点

#寻找当年的Mate#

策略——定制DNA内容营销,借势热点打造品牌IP

DNA内容全面嵌入

内容营销



DNA红人

足球基因狙击热点

DNA平台

门户+微博打造事件IP

熔炼品牌的情感共鸣

亮点1——DNA内容击中目标用户的情感诉求



华为

完美融合华为手机和世界杯元素

#寻找当年的Mate#

全民寻Mate行动



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

世界杯



当年“Mate友”情精准切入用户情感诉求

DNA互动素材

DNA海报内容

DNA话题内容

DNA红人访谈

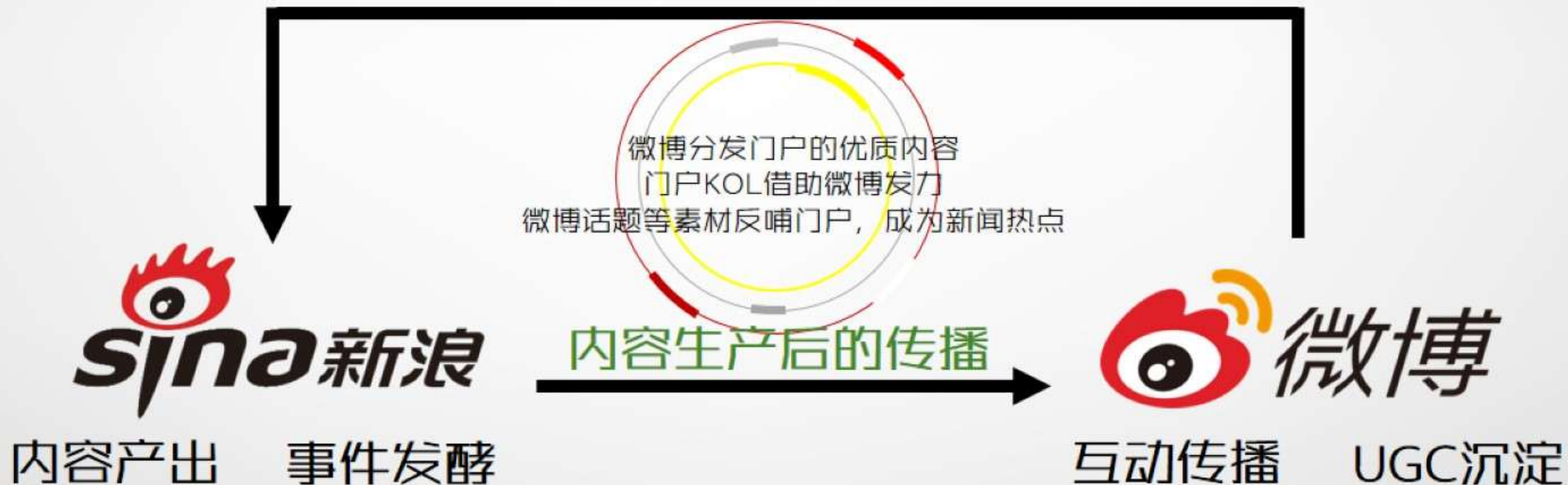
DNA视频故事

潜移默化深化HUAWEI Mate 10

“Mate友”形象

亮点2——DNA平台构建品牌IP事件营销闭环

公关传播后成为现象级事件



亮点3——DNA红人有效狙击世界杯全民热点



张云龙

踢了13年足球
的当红小生



张路

说了30年足球
的解说员



韩乔生

足球口误出名
的评论员



刘建宏

始于足球栏目
的主持人



水皮

一直关注足球
的财经评论家

自带“足球故事”的DNA红人

狙击热点，更为互动引流

具体执行——10天为品牌创造了一个热点IP



起|活动发起 名人共同发起#寻找当年的Mate#话题互动

四位“足球名人”率先发起 **讨论** + 挖掘名人“Mate”故事 **转赞**
 参与者身份带动网友参与 不同角度内容吸引网友

水皮  **#寻找当年的Mate#** @新浪体育@华为终端官方微博 这么多年过去了，兄弟还是兄弟，足球仍是我们最尽兴的话题。和一般的球迷吐槽球队不同，我们侃的是中国足球产业的发展，投资扎堆足球领域，虚高的市场虽然一定程度提升国足的水平，但赞助商财力决定胜负的联赛有朝一日终将泡沫破灭。我们几个Mate常笑说， ... [展开全文](#)



水皮
著名财经评论家

6月26日14:47 来自 HUAWEI Mate 10

一起聊
足球产业
Mate

张路评球  **#Mate力四射 冠军时刻#寻找当年的Mate#** @新浪体育@华为终端官方微博 我从91年开始在央视解说足球，算来已近30年。球迷朋友爱听我“囉囉”，其实这个“囉囉”有时是洞悉了先机，有时是欣然会意，有时就是接不上话儿了，看你怎么理解吧。这么多年来与国内几乎所有著名的足球评论员都搭档过，就像球员一样 ... [展开全文](#)



张路
知名足球评论员

6月26日16:59 来自 360安全浏览器

一起侃
最佳搭档
Mate

大嘴韩乔生  **#Mate力四射 冠军时刻#寻找当年的Mate#** @新浪体育@华为终端官方微博 有人说我的解说像段子手，就盼着语录呢😂当然有人喜欢，有人讨厌。三十多年的解说生涯，身边的铁杆Mate始终如一，都说韩式语录挺有趣，那么有谁记得“以迅雷不及掩耳盗铃之势”、“前有追兵，后有堵截”、“守门员一声鸣哨”... ... [展开全文](#)



韩乔生
知名主持人

6月27日14:19

一起念
经典语录
Mate

刘建宏  **#Mate力四射 冠军时刻#寻找当年的Mate#** @新浪体育@华为终端官方微博 足球之夜是我的人生转折点，栏目刚创立时我从石家庄电视台来到北京，开始了北漂生活，也从正确员工变成了临时工。晚上回宾馆的路上看到住宅楼里的点点灯光，就在想哪盏灯是为我亮着的.....那时特别喜欢和Mate们一起加班，每周还找时 ... [展开全文](#)



刘建宏
知名足球主持人

6月26日 18:36 来自 微博 weibo.com

一起忆
职业转折
Mate

收藏 转发 535 评论 883 点赞 2097

收藏 转发 7028 评论 769 点赞 1637

收藏 转发 5614 评论 2274 点赞 3913

收藏 转发 1039 评论 1136 点赞 2671

起|活动发起 门户微博头部资源推广预热



硬广资源 持续曝光

新浪新闻APP

新浪体育APP

手狼体育频道首页



门户微博 头部资源 发力

先让活动 热闹起来

官微 宣传



运营承接 官微运用红人集结海报持续盘活UGC



三位名人集结海报 集中上线

韩乔生、水皮、刘建宏
作为活动发起人
#寻找当年的Mate#集结海报上线

持续运营 新浪体育值日生



转|明星玩转 DNA明星时尚大片为互动强势引流

专题链接：http://fashion.sina.com.cn/zt_d/zhangyunlong/

明星引流

【张云龙的世界杯日常】

他，是一个踢了13年足球的当红小生，虽然足球没能成为他的职业，但已悄悄融进他的血液
他就是演员里最会踢球的、铁杆球迷里最会演戏的——张云龙
以球会友？check！看球一场不落？check！亲自上场踢一场？check！！

用最直接有效的方式呈现明星最爱Mate友

视频

视频1链接

<http://video.sina.com.cn/share/video/259805382.swf>

硬照



明星多样
内容产出

为互动
强势引流



转|明星玩转 官宣行动大使为最终事件引爆造势



官宣行动大使

踢了13年球的当红小生张云龙
晒出童年帅照与网友互动

单条转评赞超6万

视频内容+微博互动
为最终引爆
紧密造势



视频2链接

<http://video.sina.com.cn/share/video/259805531.swf>

转|明星玩转 新浪全渠道持续推广引发全网热议



新浪时尚、新浪体育、新浪新闻APP
连续 **5** 天不间断

头部资源
配合宣传



新浪时尚动态人物首次商业合作开放



各大账号微博推广
时尚、体育官微
产出 **11** 条微博支持



合体引爆 DNA视频配合引爆最终互动高潮

视频3链接

http://www.iqiyi.com/w_19s0cx3mmt.html

当红小生张云龙

一个足球运动员明星
寻找当年Mate友的故事



视频4链接

https://v.youku.com/v_show/id_XMzcxNjA3NjQxMg==.html

征得受访者同意，备份并公开了他们的手机通讯录

一场受访者因忙碌而
忽略深藏通讯录内挚友的访谈

双视频引爆

两大DNA内容 最终引爆全网寻Mate高潮

效果1——成功打造品牌热点IP

专题
推广

近**859**万总曝光
点位总曝光**6.89**亿
创活动曝光新纪录



百搭星君张云龙专题

近**214**万专题总曝光

点位总曝光**9748**万+

内容
曝光

三个视频视频累计曝光**957**万+

效果2——顺利抢夺竞品营销关注



8975名网友深度参与活动

13万精品UGC

累计产生30万+转评赞

紧追vivo世界杯主话题
#非凡吧! 这是你的时刻#

上线10天, 话题总阅读3.1亿

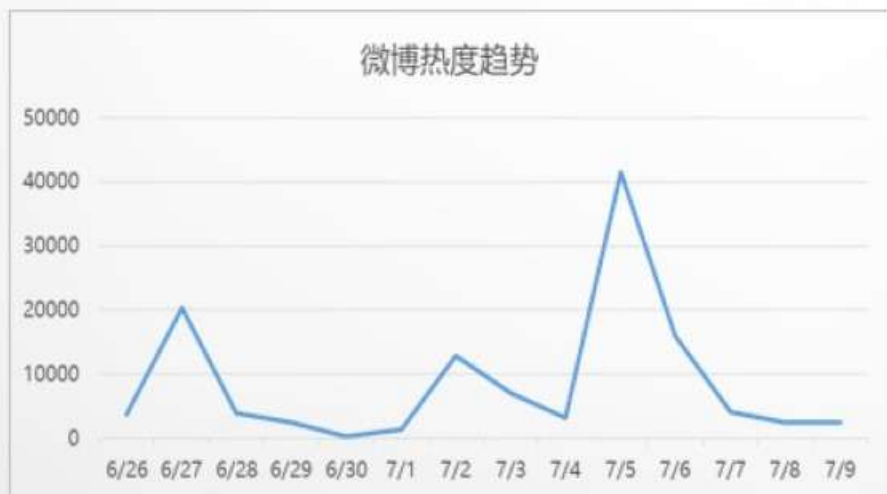
截止到2018.07.06, 该话题上线24天, 阅读量为3.9亿

效果3——巧妙借势世界杯大热点

五位足球DNA红人
 原发微博累计转评赞 **94245** 好评如潮



四成参与互动网友提及世界杯元素



七家专业媒体发布图文新闻

宣传华为世界杯冠军时刻寻Mate活动

随着重点传播节点 微博热度10天内三度走高

效果4——有效进行用户深度沟通

覆盖人群年龄及学历分布



覆盖人群城市分布



80后
本科
实力派

覆盖品牌重点营销人群——年轻精英

话题热词云图



成功传播 HUAWEI Mate10 “Mate友” 形象



高质量网友互动
内容展示