

彻底Fun!

网易有道情迷巴西世界杯营销

网易有道 李政





2014.6.13 当夜幕降临，当灯光骤起

4年了，他们在等待一个盛会
我们，也在等待一个机遇！



有道词典 3.8亿用户的选择, 高端白领装机必备



有道词典用户

1.8亿
PC端安装量

2亿
移动端安装量

1500万
日活跃用户数

7000万
月活跃用户数

人群属性

男性占48%，女性52%

集中在**17-35岁间**，平均年龄**27.5岁**

78%拥有本科及以上学历

平均个人月收入为**6575元**

年轻、高收入、高学历

消费意向

旅游是主要兴趣爱好之一

语言或其他技能培训需求强烈

投资理财是用户未来预购服务

喜欢美容/健身，注重形象

多元的消费能力



*数据来源：尼尔森网络词典类媒体广告价值评估报告

这里，就是一个高质量**伪球迷**的集中营





第一层：大事件大曝光

世界杯关注用户**遍布全球**

对应

广告主谋求品牌**大曝光**提高知名度

广告主之所以对大事件营销特别是世界杯这样的顶级全球赛事产生极大兴趣，是因为大事件能够带来用户极高的关注度。广告主们希望在一个汇集无数视线的事件上进行集中大曝光，以谋求知名度的提高。撇开电视不谈，专注互联网区域，新浪、搜狐、网易、腾讯等多家门户及各类视频网站、垂直网站纷纷摩拳擦掌，准备了大量的世界杯资源以供广告主投放。大曝光对广告主们来说，是最普通亦是最基础的诉求。

第二层：爱屋及乌，推与拉的选择

用户对球星及国家队的热爱

对应

相应球星及国家队的**相关品牌增值**

用户在选择一款商品时，很容易选择自己喜欢的明星代言的产品，这也就是爱屋及乌的现象。反观世界杯营销战场，喜欢体育营销的广告主们乐于将自身的品牌价值赋予体育相关的属性，以迎合消费者的口味。相对于发布新闻消息的媒体，网易有道作为一款迎合用户需求的产品，从用户行为入手来策划世界杯营销，真正将新闻+广告的“push”给用户转变成用户因需要完成某种行为（如学习、记忆）而主动索取产品+广告的“pull”



第三层：我就是

用户对球赛本身的**认知**

对应

品牌与赛事融为一体，你中有我

当用户提及某一场赛事时，能够直接联想到某品牌，达到“我就是”的效果，无疑是广告主在体育营销的最终愿景。但是与赛事挂钩的品牌的构成往往需要几年甚至几十年的积累及沉淀，短期内的营销极难做到。



第一层：大曝光

电视、网络各大媒体大面积多频次曝光品牌，迅速提高知名度，让用户知悉品牌。

第二层：爱屋及乌

将品牌利用产品增加它的世界杯属性，让用户在支持球队及球星的同时选择他们所附属的品牌。

第三层：我就是

品牌与世界杯赛事融为一体，使用户在看到世界杯的同时就能联想到品牌，即品牌就是世界杯的代名词。

有道 youdao 由第一层到第二层的转化!

网易有道作为一款贴合用户需求的产品，**从用户行为入手**，将品牌与产品挂钩设置深度互动，让用户在进行查词、记忆例句等行为的同时记忆品牌，真正实现从大曝光的推给用户转化为用户**“主动索取”**品牌信息！





1 全球霸唱

做个彻底的粉丝，就连
口音也要彻底改变！

2 众星激荡

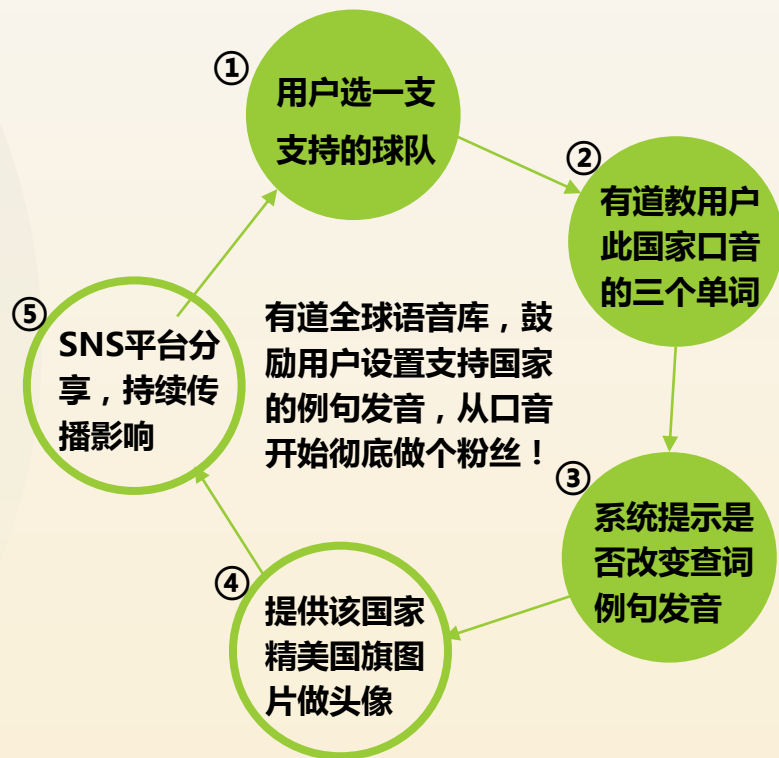
汇聚60位顶级球星，
彻底喊出您的品牌！

网易有道·世界杯营销战略

Solution

彻底Fun!

Part1. 全球霸唱





做个彻底的粉丝，从**改变口音**开始！

有道词典拥有最新颖、覆盖全球口音的语音库，世界杯营销期间，有道词典结合发音库进行深度互动，让用户在选择支持的国家队之后设置该球队所在国家的地方口音（如日本口音、韩国口音等），在有趣的互动中植入品牌

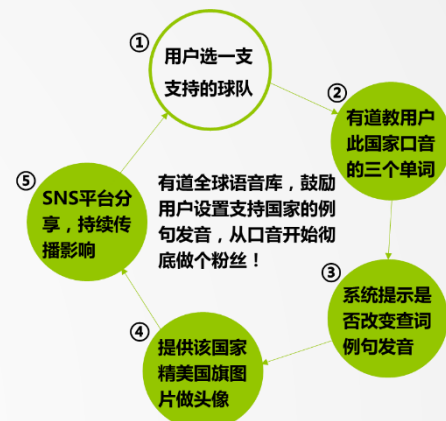
● 扫描右侧二维码，参与口音大闯关互动，体验全球发音乐趣



运用html5技术，动态选择支持国家队

冠名赞助品牌logo

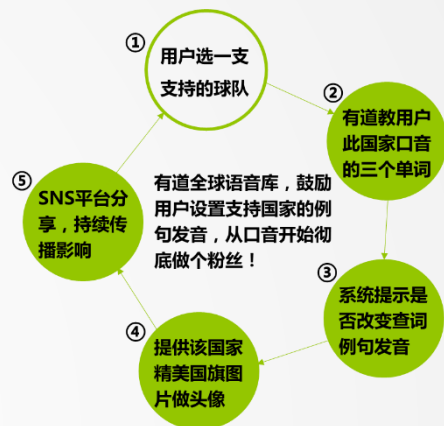
滑动手指使印有国旗的足球进行3D旋转，选择支持的国家队参与冠军竞猜



手机点选，或者摇一摇手机随机猜冠军



品牌 logo

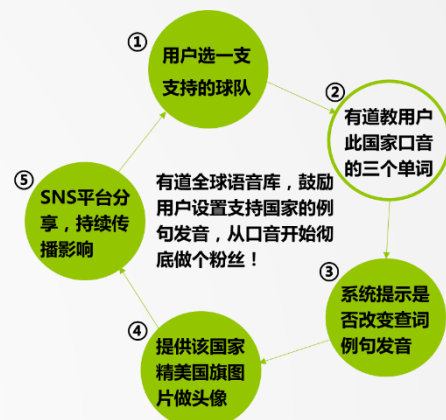


全球发音库教给用户特殊口音单词，进行品牌植入

品牌相关词汇，原生营销记忆



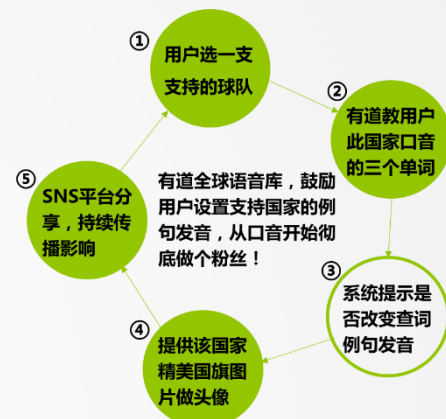
学习三个相关口音词汇，其中包含品牌信息植入，使用户在有趣的互动中深刻记忆



全球发音库教给用户特殊口音单词，进行品牌植入



用户尝鲜过后，亦可在设置中恢复初始设置

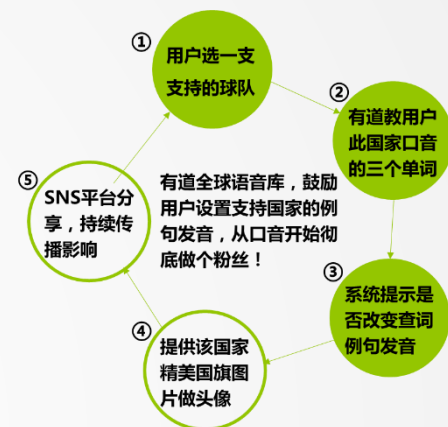


提供精美国旗头像素材，SNS社交分享扩大传播



SNS社交打通平台传播，几何级别曝光增长

分享后，待冠军产出即可抽奖，具体奖项设置以双方最终确认为准



Part2. 众星激荡



每日巨星开机报头，洋溢世界杯氛围

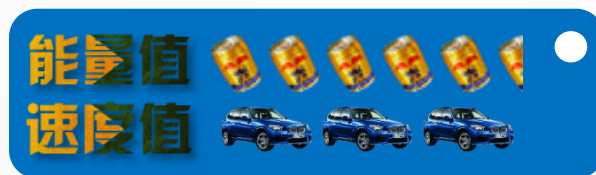


世界杯期间独家定制球星卡式开机画面，网罗全球现役及非现役的足球巨星，除球员基本信息外涵盖品牌信息及品牌另类数据，千万级曝光迅速提高品牌知名度。



球员基本介绍

品牌logo



独家定制特色品牌另类数据



球星每日一句，喊出您的品牌态度！



网易有道网罗全球最知名球星的语音素材，专为品牌搜罗含有品牌态度的例句，使用户在记忆例句同时记忆品牌！

如：能量的代表**红牛**

网易有道专为红牛搜寻足球巨星讲述含有“能量”energy的例句置于每日一句版块。让世界巨星喊出品牌态度：想要赢球，能量非常重要！

从用户行为出发，
记忆例句同时记忆品牌！



众星激荡wapsite, 借势玩转世界杯



“众星激荡”活动冠名



未翻开球星卡背面显示品牌logo

运用Html5技术, 分屏滑动显示多张球星卡, 卡数设置以双方最终确认为准



众星激荡wapsite, 借势玩转世界杯



点击球星卡，
查看高清图片
及品牌数据

贝克汉姆

前英格兰国家队队长，曾效力曼联、皇马、AC米兰、洛杉矶银河和巴黎圣日耳曼等球队。赢得英超、西甲、法甲和欧冠冠军，并夺得世界足球先生、欧洲金球奖第二名。此外还荣获和妻子维多利亚·贝克汉姆的荣誉。小贝在俱乐部乃至整个足坛的影响力，让世人称“万人迷”。其球衣正牌号为英格兰队的“金童”，球衣号码为17。

Red Bull 红牛

能值

escolha o nome da bola 2014.

OFFICIAL PARTNER

```

graph TD
    A[开机球星画面] --> B[球星每日一句 喊出品牌]
    A --> C[众星激荡 wapsite]
    C --> D[每日球星剪影竞猜]
    D --> E[开机画面球星卡 制成扑克奖品]
    E --> F[SNS分享 几何级传播]
    F --> G[赢取奖品]
    G --> A
    
```


众星激荡wapsite, 借势玩转世界杯



“众星激荡”活动冠名



未翻开球星卡背面显示品牌logo

运用Html5技术, 分屏滑动显示多张球星卡, 卡数设置以双方最终确认为准



众星激荡wapsite, 借势玩转世界杯



依据身形及品牌
另类数据参与竞猜



众星激荡wapsite, 借势玩转世界杯



第二天
开机画面公布答案
wapsite同步更新





除品牌奖品之外，印有品牌信息的球星卡还将被制成精美的扑克给予获奖用户，带来品牌的二次传播



球星卡多种用途，SNS分享带来几何级传播



1 球星卡可保存至手机用作手机高清壁纸或个人头像

2 剪影卡可分享至朋友圈、微博等邀请好友一同参与竞猜，利用SNS平台分享扩大传播

3 同期PC端亦有wapsite活动二维码推送，利用PC+移动打通平台分享将品牌传播实现最大化



escolha o nome da bola 2014.

FIFA WORLD CUP BRAZIL adidas OFFICIAL PARTNER

```

    graph TD
      A[开机球星画面] --> B[球星每日一句喊出品牌]
      A --> C[众星激荡wapsite]
      C --> D[每日球星剪影竞猜]
      D --> E[开机画面球星卡制成扑克奖品]
      E --> F[SNS分享几何级传播]
      F --> G[赢取奖品]
      G --> E
      B --> E
  
```

