

“上优酷看世界杯” 微博热点营销

广告主：优酷

所属行业：网络视频平台

执行时间：2018.06.14-07.18

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

2018 年世界杯，全世界的目光都聚焦在绿茵赛场。中国品牌蜂拥而至。优酷首次进军体育行业，成功签署世界杯赛事网络直播权。

全民围观球赛，作为热点发酵地的微博成为全民围观和讨论世界杯的首选社交平台，海量品牌激烈地在微博上追热点。

对优酷来说，如何打通视频观赛及社交互动两大场景，缔造一场火热的营销盛宴成为此次营销以及布局未来的一大挑战。

营销目标

联手微博，打通视频观赛及社交互动两大场景，通过多维度的热点借势，引爆网友“上优酷看世界杯”，打造一场全民足球狂欢盛宴。

收获海量流量的同时，占领用户心智，沉淀用户资产，为其体育内容的未来布局迈出成功的第一步。

策略与创意

案例视频：

http://v.youku.com/v_show/id_XNDAYMzQ3MjM2MA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

策略：

哪里有世界杯，哪里就有优酷：

➤ 站在热点的肩膀上，世界杯热词全覆盖

搜索即是流量，网友热搜的世界杯热点都有优酷身影。热点球星、热门国家球队..组团上热搜；

➤ 跨界话题一网打尽，玩出世界杯热搜+

跨界关联综艺、明星、节日等内容，为优酷提供跨界营销场景；

➤ 最强心智占领占领，打造数亿级曝光

原生热点植入，“进球就下红包雨”、“领千元红包”等互动让用户从心动到行动。

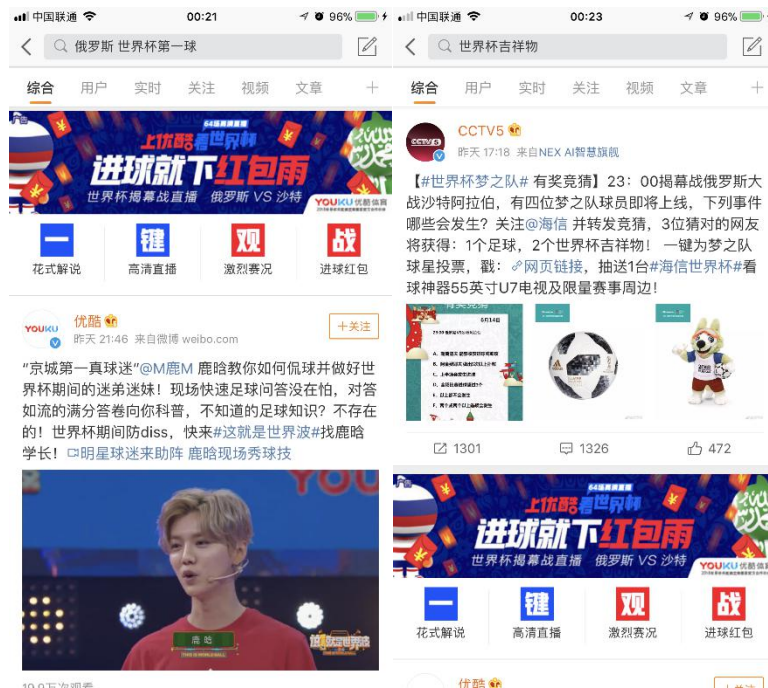
创意亮点：

在这个 social first 的时代，社交媒体具备强关联性的基因。微博世界杯泛娱乐提供了更具互动性的话题和内容，优酷通过微博全热点借势，带动整个社交生态的场景交接和内容消费，孕育出“全民狂欢”的裂变效果，打造了多样性、可能性、战略性的全新营销模式。

执行过程/媒体表现

1、热词捆绑 赛事热点即时捕捉

- 世界杯开赛首日开始，优酷就通过“世界杯热词包”将世界杯相关的搜索热点收入囊中，悉数导流至优酷品牌专区。伴随“世界杯开幕式”“俄罗斯世界杯第一球”“世界杯吉祥物”等171个热词轮番轰炸热搜榜，优酷成功网罗核心热点流量。



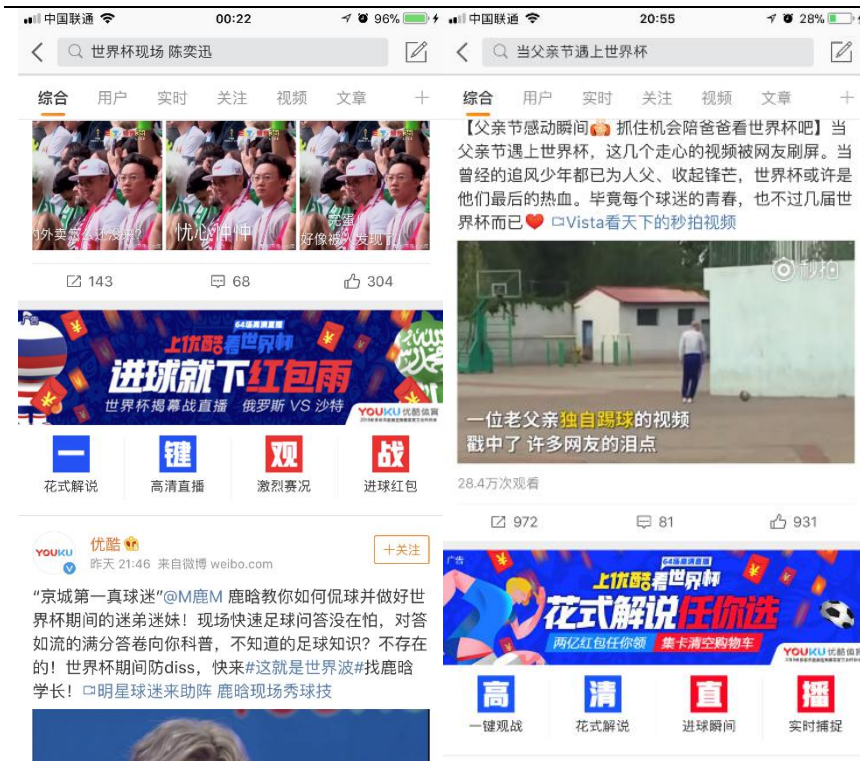
- 赛程进入白热化，优酷“超级球星热词包”火速上线。超级球星C罗、梅西、内马尔轮番冲榜。为优酷贡献了超138次热搜，1200余次搜索热点。随着阿根廷的倒下、法国时隔20年再夺冠.....冷门不断，“热门球队热词包”突破热搜榜300余次，搜索热点直破3000次！

世界杯、球星、球队，矩阵式的热词捆绑，微博助力优酷发出海量邀请“上优酷看世界杯”。



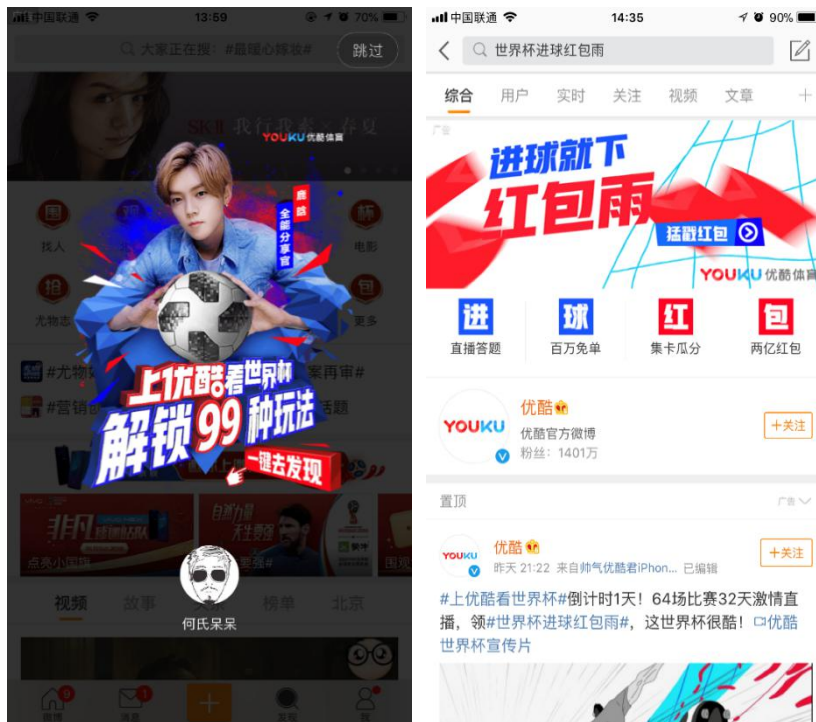
2、打破边界 跨界热点一网打尽

除了捆绑核心热词，优酷跨界关联综艺、明星、节日等内容，周边热点一手擒获，借力鹿晗、陈奕迅、贝克汉姆……明星效应层层叠加。同时“梅西慌得一批”“梅西竟然是一道菜”等奇葩热点，在全网疯狂发酵。优酷花式玩转热搜，持续发酵品牌影响。



3、心智占领 创意互动拉近距离

优酷进一步通过趣味贴纸、发现页浮层等创意资源吸引互动，同时贴合用户看球猜球的行为习惯，精准触达体育、足球兴趣用户，打造“进球就下红包雨”“领千元红包”等活动，营造全民狂欢的氛围，让用户从心动到行动。



营销效果与市场反馈

- 优酷洞察热点，抓住世界级赛事机遇，巧妙借势微博平台，获得巨大的流量曝光，让品牌无处不在，优酷相关搜索热点 5180 个，累计登上热搜榜 612 次。其中“世界杯”共关联 747 个热词，上榜 171 次，11 个热门国家队，累计产生 3100+搜索热点，上榜 300+。
- 优酷不仅实现数亿级曝光，更精准收获了 1.8 亿用户，高效沉淀社交资产激活品牌忠诚，精彩开启营销永动。（数据来源：微博数据中心）