

## NIKE “电台+” REACT 重启，娱乐全景点燃跑步动力

广告主：NIKE

所属行业：运动服饰

执行时间：2018.03.01-04.22

参选类别：体育+数字营销类

### 营销背景

2016 年-2017 年，NIKE 携手腾讯，洞察运动场景音乐应用属性，首创个性智能跑步电台，根据步频推荐音乐，让跑步更有趣、更有激情。借势 QQ 音乐的全民覆盖力&影响力，NIKE 电台成为跑步爱好者运动听音乐首选。

2018 年，NIKE 推出全新技术【REACT 新款跑鞋】。“枕头般柔软，弹簧般回弹”的特性如何巧妙传播塑造全民记忆点？NIKE 已经非常完善的跑步文化如何再次突破玩出新意？成为本次营销关键。

QQ 音乐×NIKE，“REACT”重启伴跑电台，跨界营销再燃跑步激情。

### 营销目标

#### 【产品特性强认知，迅速引爆新品声量】

将 REACT 柔软弹跳特性广泛传播，最大化吸引全民关注，获得新品强势曝光。

#### 【品牌跑步基因强化，打破枯燥注入动力】

延续 NIKE 跑步营销文化，再度引领跑步潮流，“趣玩性”+“音乐动力”让跑步更有趣。

#### 【电台 2.0 再升级，成就品牌经典 ICON，长效聚集爱跑者】

在 2017 年 NIKE 电台广受欢迎基础上，再造新玩法，保持跑友粘性，让智能伴跑电台成为 NIKE 品牌 ICON，成为运动爱好者跑步必备。

### 策略与创意

#### 伴跑电台营销升级，2.0 版本跨界整合娱乐全景：

NIKE 智能伴跑电台只需一键开跑，便可自动根据步频实时匹配音乐，从 160bpm 到 220bpm，步随音动。

在此基础上，2018 年伴跑电台营销升级，跨界整合娱乐全景，从“社交娱乐”微信跳一跳、“电台

娱乐”歌单陪跑挑战赛、“线下娱乐”演唱会，全面点燃关注。

智能伴跑电台为线下跑步场景赋予了全新的数字体验，引领海量跑者人群步入便捷、愉悦、个性化的“乐跑”新场景。

## 执行过程/媒体表现

### 【电台+社交游戏】REACT 高弹“跳一跳”，全民 GET 新品魅力

借势春节小程序游戏热，REACT 植入“跳一跳”，游戏中“彩蛋礼盒”植入，NIKE REACT 为游戏+20分，高弹力十足！产品特征迅速曝光，为年轻爱玩的用户广为认知。



### 【电台+挑战歌单】人气歌手电台挑战，为跑步注入趣玩动力

2018年3月伴随新品推出，伴跑电台发起挑战赛，李荣浩等明星录制跑步音频，定制七期挑战歌单，吸引粉丝。



### 【电台+公益演唱】线上挑战线下延续，O2O 集齐步数“跑转地球”

4月22日地球日，QQ音乐&NIKE 联手举办跑者演唱会，前期参与线上跑的幸运用户到线下参与。

NIKE GLOBAL “地球停转” 创意落地，现场邀请 KOL 跑步，配合线上挑战赛集齐步数，让地球“转起来”；李荣浩、毕夏、GALA 乐队等态度歌手等现场献唱。

活动当天，QQ 音乐线上直播，发酵活动影响力。通过 app 信息推送、焦点图等矩阵资源，打造 BIG DAY。



## 营销效果与市场反馈

### 【跳一跳助力新品强势曝光】

收割 14 亿+曝光、吸引 1.34 亿用户，帮助 REACT 全面预热。

### 【歌单挑战吸引跑友深度参与】

挑战歌单带来 120 万次跑友互动，6.1 亿活动曝光。

### 【跑者演唱会】

QQ 音乐全线推广，app 弹出推送+多位置软性推广、微博活动推广等，带来 4200 万曝光，集结 1000+核心跑友线下狂欢，带来 350 万的在线直播观看。