

安利纽崔莱×腾讯奥运「健康冠军」全民运动计划

- **品牌名称：**安利纽崔莱
- **所属行业：**医药保健/医疗器械及服务类
- **执行时间：**2024.07.01-08.31
- **参选类别：**体育+数字营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://v.qq.com/x/page/r322519cphf.html>

背景

一直以来，安利纽崔莱的品牌愿景就是将健康生活的理念传递给每一个人。自2022年，安利纽崔莱发起“健康中国我们行动”国民健康素养提升计划，通过提供健康产品和打造健康社群，坚持不懈致力于成为健康生活方式的引领者，积极推动公众对健康生活的认知与实践。

而作为“中国体育代表团官方营养保健品牌”，安利纽崔莱已经陪伴奥运走过了20个年头。今年，不仅是奥运年，也正逢安利纽崔莱90周年。值此之际，安利纽崔莱正式成为中国国家跳水队官方营养合作伙伴，携手梦之队共同呼吁民众养成健康生活方式，做自己人生赛场的健康冠军。

挑战

如何能在奥运期间突出重围抢夺用户注意力，
在与用户的深度互动中完成品牌健康生活方式价值理念的传达与交接？



通过奥运IP关联，强化纽崔莱“健康冠军”心智，提升品牌声量

借势奥运盛事及品牌90周年，**官宣安利纽崔莱成为中国国家跳水队官方营养合作伙伴；**
联合跳水梦之队，借其奥运冠军的优秀成绩和身份，共同**呼吁民众养成健康生活方式**



借助各大微信数字平台引爆热点，全面提升品牌影响力

联合微信开展以一场“充满热血”的全民互动营销，在奥运营销大战中突出重围，抢占社交声量。

核心策略：奥运精神全民化，健康行为游戏化

- **情感绑定**：将“奥运冠军”延伸为“每个人都是健康冠军”，降低奥运IP的距离感
- **生态联动**：整合微信运动、视频号、朋友圈等腾讯生态资源，构建“任务-互动-奖励”闭环
- **内容共创**：通过达人矩阵+UGC内容裂变，覆盖多元圈层



立足微信生态的独特性，围绕“做自己的健康冠军”品牌核心主旨，运用全新的互动方式、精准的人群触达以及全方位的微信生态联动，号召用户跟随奥运冠军的脚步加入纽崔莱健康梦之队，做自己人生赛场上的健康冠军。

从响应冠军号召，到成为健康冠军，到最后感受冠军荣耀，始终围绕主题保证用户体验一气呵成高潮迭起，最终实现圆满闭环，在与用户的深度互动中完成品牌价值理念的传达与交接。



创意亮点



健康马拉松

以微信运动步数解锁四大健康里程碑，将日常行为转化为“夺金征程”



冠军宣言特效

定制视频号贴纸与秒剪模板，降低创作门槛，激发用户表达欲



达人破圈

14位跨垂类达人（体育、时尚、亲子等）打造差异化内容，覆盖泛健康人群

一、【新型的社交点赞方式】——致敬冠军时刻，抢占奥运关联心智

朋友圈&视频号高光广告

在**朋友圈**，将传统的“点赞”转化为“拍一拍”的创意互动，帮助用户借此表达自己对奥运健儿的支持和赞美，同时也可以跟随奥运冠军的脚步加入纽崔莱健康梦之队，共享冠军荣耀。

在**视频号**，安利纽崔莱以剧情高光广告的形式，捕捉奥运冠军的辉煌瞬间，并将这些瞬间转化为品牌故事的一部分，和用户一同见证奥运冠军与品牌的高光时刻，与用户建立深度的情感链接。



冠军同款微信状态

用户可通过广告**设置冠军同款微信状态**，让安利纽崔莱的品牌精神和理念借助奥运冠军的高光时刻得以迅速传播，**用户既是参与者也是品牌传播者**。



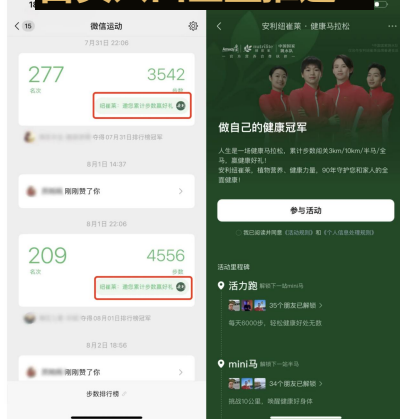
【全民参与的“健康马拉松”】——赛场上的冠军只有一个，生活中的冠军人人可得

安利纽崔莱和**微信运动**拥有天然契合的健康生活理念，拥有同样的**运动健康人群**受众。

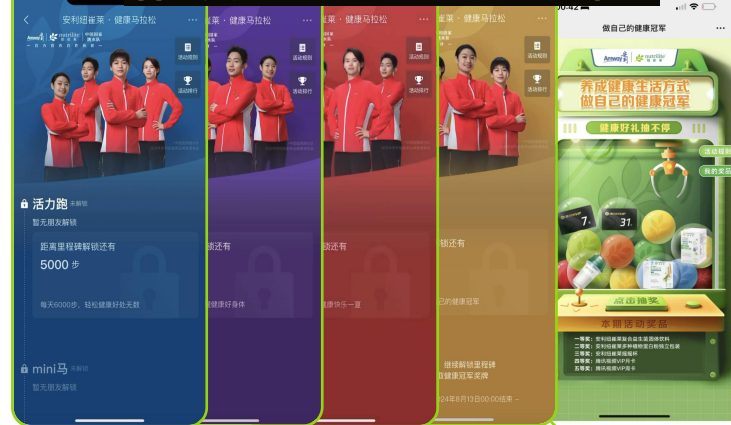
用户通过**每日积累步数**，解锁各个马拉松站点，最终完成全马，获得象征健康生活方式的“健康金牌”。

作为首次商业化合作，**微信运动X安利纽崔莱**开创了史无前例的全新合作模式：

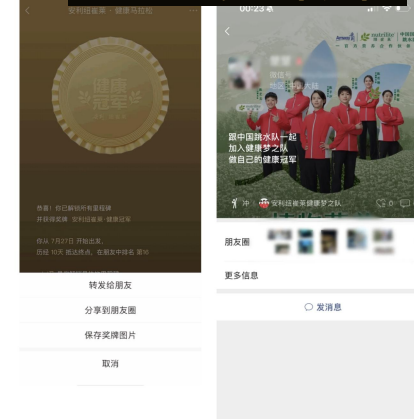
首页入口全量推送：



活动页面四大里程碑 量身定制：



生态打通多维传播：



【与用户共创的挑战赛】——共享冠军荣耀，定格自己的金牌时刻

视频号挑战赛



秉承“做自己的健康冠军”核心理念，品牌在视频号发起了**【做自己的健康冠军】视频号挑战赛**，邀请用户与奥运冠军“同框”合拍视频，发表健康冠军宣言，定格属于自己的冠军时刻。给用户提供了一个释放情绪的空间，一个“感受冠军荣耀”的舞台。

达人种草



邀请14位来自生活、亲子、体育、时尚等不同领域、不同年龄的的视频号达人进行了合作，通过各领域达人的不同视角输出了健康生活方式秘籍，将纽崔莱“做自己的健康冠军”理念迅速铺开，成功引发活动裂变，开启全民狂欢。

营销效果

- 👍 创新的互动方式、精准的人群触达、全方位的微信生态联动，安利纽崔莱的奥运营销案例，是一次**品牌精神与全球盛事的完美融合**。
- 👍 总曝光**126亿次+**，覆盖超**2.8亿用户**，总互动量**达1.88亿+**，当之无愧成为巴黎奥运期间**微信最大规模、最大声量的全民互动**。安利纽崔莱用热血和力量，成功号召**中国千万用户**追随奥运冠军的脚步，加入纽崔莱健康梦之队，完成了品牌精神的交接与传递。
- 👍 而基于微信的独特生态价值，我们也看到了经过此次的奥运合作，安利纽崔莱品牌也收到了额外的**生态价值增益**，此次活动带动安利纽崔莱**品专搜索量与点击率均提升300%**，纽崔莱**微信指数提升5040%**，种种的创新合作无疑让此次的纽崔莱成为**奥运营销的最大黑马**。

项目亮点总结

- ✓ 世界瞩目的巴黎奥运会，不仅是文化娱乐和体育的盛宴，也是品牌营销的竞技场。放眼奥运期间五花八门的品牌营销大事件，无不追求曝光率，而安利纽崔莱却以一场“充满热血”的互动营销，将品牌价值升华了好几个level。
- ✓ 立足微信生态的独特性，安利纽崔莱在此次奥运打破传统营销模式的界限，不断创新营销互动，与用户进行理念上的沟通 and 情感上的共鸣。无论是见证奥运冠军高光时刻的朋友圈和视频号高光广告，还是【做自己的健康冠军】视频号挑战赛，或是在微信运动发起“健康马拉松”，安利纽崔莱始终围绕核心主题展开营销活动，通过多渠道、多触点的创意互动，实现了品牌价值与流量曝光的双赢。层层递进的营销方式，也成功拉近了品牌与用户之间的距离，更在用户心中留下了深刻的品牌印记，让安利纽崔莱健康生活方式得以深入人心。
- ✓ 其中最为亮眼的是，安利纽崔莱与微信运动联合发起的“健康马拉松”活动，作为微信运动的首次商业化合作，一出现即引起了社会广泛关注，当之无愧成为今年微信奥运营销的最大黑马。用户解锁马拉松站点的过程，也是感知品牌、了解品牌的过程，在这个过程中，安利实现了与用户群体的直接对话，不仅提升了参与感，同时也加深了用户对品牌“健康生活方式倡导者”形象的认知。