

耐克世界杯 “全凭我敢”



STRATEGY

我们的目标就是利用四分之一决赛的那个周末，占据所有球迷的关注点，以“全凭我敢”的品牌理念，激励他们成为最棒的足球运动员。但是我们并不止步于点燃梦想；我们必须帮助他们实现梦想。如果我们能实时记录下每一个进球瞬间，球员可以随时分享他们的进球瞬间，那会怎么样？

EXECUTION

我们发布了我们的品牌理念，主导了社交、足球垂直以及年轻群体日常应用软件和短视频等平台，成功占据了足球群体四分之一决赛的声量。我们接着通过球门线传感器技术去捕捉每一个进球时刻，让球员能够在我们的合作伙伴微视的耐克账号中搜索、分享和下载他们进球瞬间。15秒的视频由视频管理系统自动添加带有品牌元素的贴纸和音乐，成为品牌内容。

RESULT

我们“全凭我敢”的品牌推广获得超过**5亿次**的广告曝光，包括**2.64亿次**的视频浏览量，触达**83%**的受众。尽管阿迪达斯在媒体上的花费是耐克的**7倍**，但我们此次推广为那耐克带来了**2.5倍**的百度搜索提升，在搜索兴趣这块，远远超过了阿迪达斯在世界杯期间的最高水平(包括他们的品牌影片发布)。我们的社交讨论也占据了主导。在最重要的朋友圈投放中，耐克微信指数高于活动推出前**3倍**，是同期阿迪达斯指数的**10倍**。