

私域流量转化：体彩世界杯热点营销

- ◆ **品牌名称：**中体彩
- ◆ **所属行业：**销售管理行业
- ◆ **执行时间：**2022.11.15-12.05
- ◆ **参选类别：**体育营销类



Background

后疫情时代人们对于运动健身愈加重视，“**体育+社交**”成为体育事业新的发力点；



Target

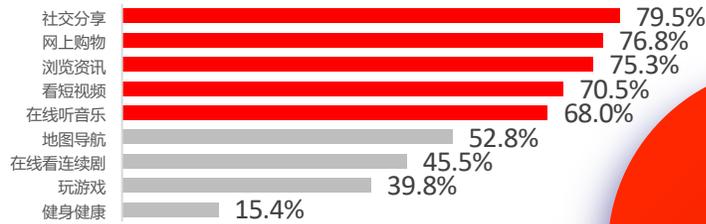
在更广泛的人群中**宣**传体彩公益正能量，传递公益健康理性的精神价值；



Challenge

如何**借势热点**扩大品牌声量，带动更多人，尤其是**青年群体**感受体彩公益正能量；

体彩目标群体网上兴趣爱好内容倾向



密切关注/了解体育赛
TGI: 121

听音乐放松心情 享受
生活TGI: 118

愿意接触新事物
机遇TGI: 12

强社交属性的
热点追随者

世界杯IP价
值大爆发

体彩目标人群：热爱社交分享，关注体育赛事

即使再忙,我也要抽时间参加锻炼
TGI: 102.7

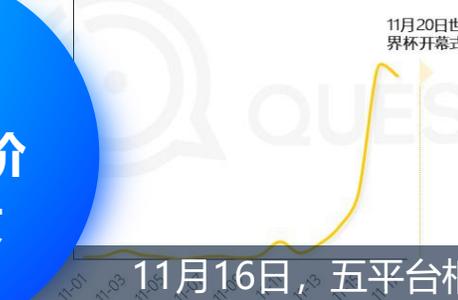
音乐在我的生活中有着很重要的地位
TGI: 104.9

业余时间,我更愿意从事有社会价值的事情而不是去赚钱
TGI: 104.5

数据来源: DataTile CMMS2022Q3 体彩目标人群

2022年11月五大内容平台提及“世界杯”相关内容互动量变化趋势

单位: 万
2,000



2022年11月提及“世界杯”相关内容词云



11月16日,五平台相关内容互动量近1,500万

注: 1、五大内容平台包括抖音、快手、哔哩哔哩、小红书、微信公众号平台; 2、内容互动量=点赞+评论+转发。

Source: QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库 2022年11月

时值2022卡塔尔世界杯开赛之际——

**体彩如何抓住此次提升品牌认知度的“高光时刻”，
与广大受众共享赛事魅力，传递其公益健康理性的精神价值？**

足球解说快嘴播报挑战

由央视著名主持人韩乔生带队，知名体育主持人刘语熙在抖音平台发起足球解说快嘴播报挑战。明星+达人引导参与，用户合拍+贴纸双互动玩法，借势卡塔尔世界杯热度，引爆世界杯赛前活动声量，传递出体彩“快乐看球，公益守护”的品牌理念。



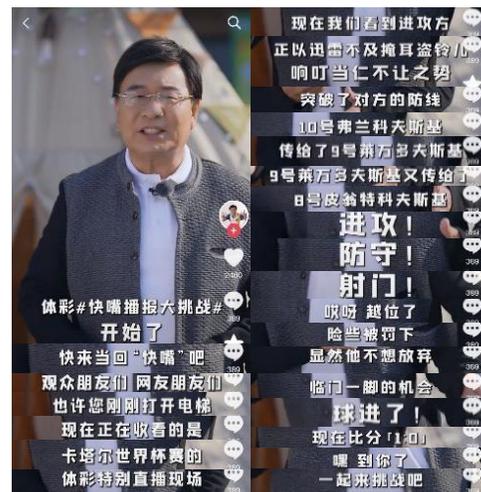
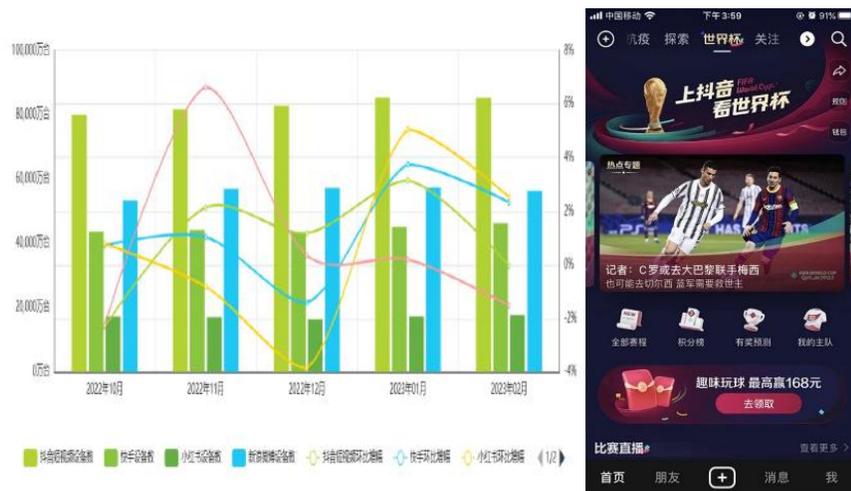


Highlight

互动性

立足于互联网的本质属性“连接”和体育事业自身的参与性，“明星足球解说大挑战”使用创意的特效贴纸和rap式赛事解说，利用明星达人的号召力，刺激全民参与。

STEP1 借势热点，头部社交平台发起趣味挑战



选择头部社交媒体抖音作为传播阵地

月度独立设备数TOP1
我国首个获得世界杯转播权的短视频平台

央视主持发起快嘴解说挑战

韩乔生以rap形式解说足球赛事

用户参与加入合拍挑战

创意贴纸引发兴趣，合拍玩法降低参与难度
强互动性有效激发用户参与

STEP2 集中释放宣推资源，助力话题升温



STEP3 不同领域达人多样演绎促成破圈传播



邀请不同领域达人多样化演绎参与互动

达人构成：5个运动足球类+ 6个才艺类+3个娱乐剧情类
 达人配比：2个头部+5个腰部+7个尾部



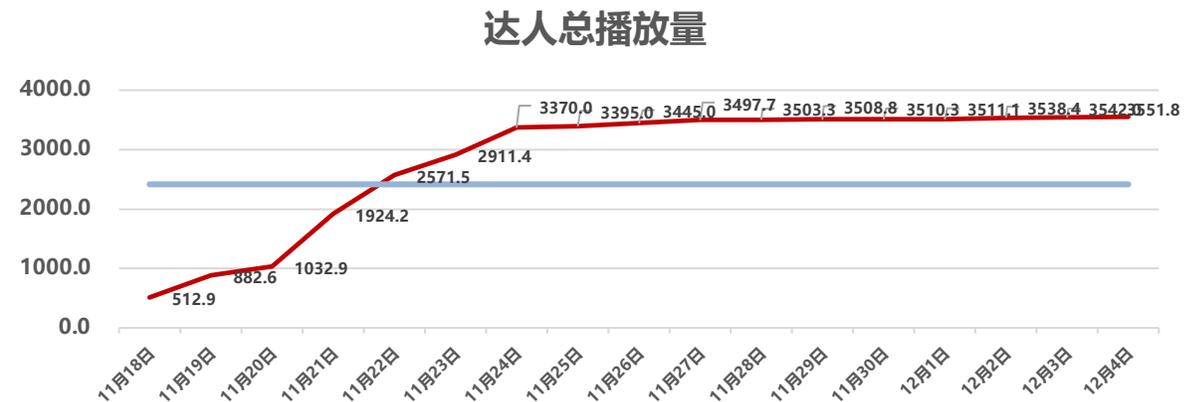
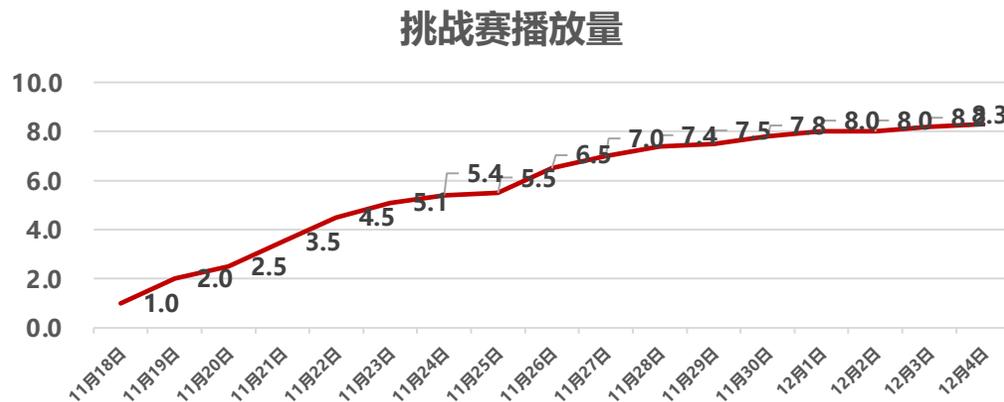
KOC投放打造高质量UGC阵地

依托挑战赛话题平台及低门槛高趣味挑战赛玩法聚集用户，海量KOC配合KOL打好组合拳，完善传播矩阵



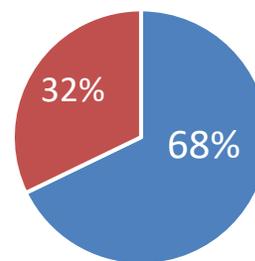
定期监测、维护数据

- **本次挑战赛期间对达人数据进行定期监测**，针对挑战赛上线前期达人数据未达到预估播放量进行了及时沟通优化，达人数据稳步增长并于11月22日达成预估总播放量，11月24日所有达人均达到预估播放量。
- **11.18-12.4挑战赛整体数据稳步上升**，期间媒体额外赠送发布页话题资源推广，整体播放量于世界杯收官前达到14.9亿。



品牌信息有效露出 账号大幅增粉

涨粉4W+ 占全年32%



■ 2022涨粉量
■ 挑战赛期间涨粉量

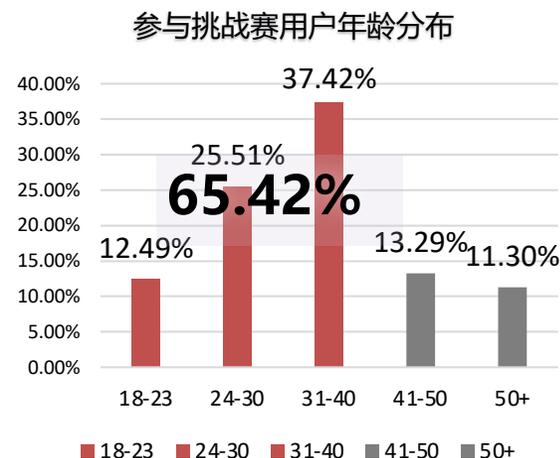
挑战赛期间新增粉丝



- 挑战赛（11月18日-12月4日）期间，体彩官方账号**共计涨粉47232个**。
- 2022年体彩官方账号涨粉共计146746个，日均涨粉12228个，挑战赛期间涨粉量**占全年32%，远超月均涨粉水平**。

全民广泛参与挑战 舆论好评众多

覆盖65%青年群体



- 本次挑战赛参与者年龄分布较广，**覆盖了65%的青年群体**，实现与年轻圈层的同频共振；
- 与世界杯热点相结合合拍挑战有效提升了观众的互动积极性，除参与人数众多外，**舆论声势也以正向为主**。

总播放量

14.9亿+

视频投稿数

14.3万+



点赞总数

1057万+



评论总数

131万+



分享总数

70万+