



Tencent MIND

Nike Women “我的蜕变”

案例分享

合作期：2009.02.12-2009.04.30

合作背景

- **客户名称:** Nike Women (服装行业)
- **市场/品牌沟通主题:** 我的蜕变
- **项目类型:** 新品上市推广
- **项目周期:** 2009.02.15-2009.04.30
- **推广目的:** 配合Nike Women “蜕变” 系列新品上市进行网络推广，扩大产品知名度。
- **问题/挑战:** 如何体现产品的“蜕变” 诉求？如果让用户通过互动与品牌产生情感共鸣，借此增加用户对产品的认知？
- **其他市场配合:** 全国53所学校联合举办“蜕变” 主题活动

推广策略

- 以受众的兴趣点出发寻找合适的推广平台展开互动；
- 结合“我的蜕变”传播主题，根据特定用户群定制化产品植入，让用户在互动体验中感受品牌产品诉求；
- 通过Qzone平台组织线下53所高校赛区，创建53个专属Qzone，并将其建立关联，通过SNS传播达成品牌信息传播的最大化；

合作亮点

跨平台立体推广,全面覆盖目标受众, 增加品牌记忆度

- 通过QQ炫舞、QQ秀以及Qzone等多重资源搭建传播，最大范围地覆盖Nike Women的目标用户群体，吸引她们持续关注，增加用户对品牌的记忆度

定制化的产品形象及功能置入，让用户在体验中与品牌诉求产生共鸣

- 基于与Nike Women人群吻合的QQ炫舞、QQ秀优势平台，进行置入式营销。并通过腾讯虚拟产品的独特表现力让用户体验品牌，增强认知；

借助Qzone进行口碑营销，让体验者成为意见领袖

- 让体验者通过Qzone平台传播品牌认知及产品体验，通过网络社区的口碑营销带动更多潜在用户关注，形成病毒式传播；

合作概述

QQ炫舞

差异化的游戏置入营销

2009.02.12—2009.03.31

Nike与QQ炫舞于09年情人节之际推出“Nike动感女生 舞动蜕变”活动。

下载新版QQ炫舞游戏，购买获品牌专属套装，VIP房间主题、主题徽章等游戏道具

QQ秀

虚实结合再现线下产品

我的蜕变 QQ show搭配大赛

2009.02.19—2009.03.31

- 1、从提供的Nike QQ秀服饰中进行搭配生成作品；
- 2、通过网友投票评选出前5名，获得Nike实物奖品；
- 3、通过邀请好友参加比赛获得积分，兑换多种礼品

Nike Women 我的蜕变

2009.03.05—2009.04.30

线上传播扩大线下活动影响力

为线下组织的耐克“跳出蜕变”校园活动的区域选拔赛进行线上传播，并为53所高校开辟Qzone，为参与选手提供展示及传播平台；

同时，通过意见领袖在Qzone平台撰写产品体验带动产品的口碑传播；

Qzone

用户体验流程

Nike动感女生 舞动蜕变 2009.02.12—2009.03.31

QQ炫舞品牌植入体现

品牌植入-主题服饰

品牌植入-主题徽章

品牌植入-VIP房间

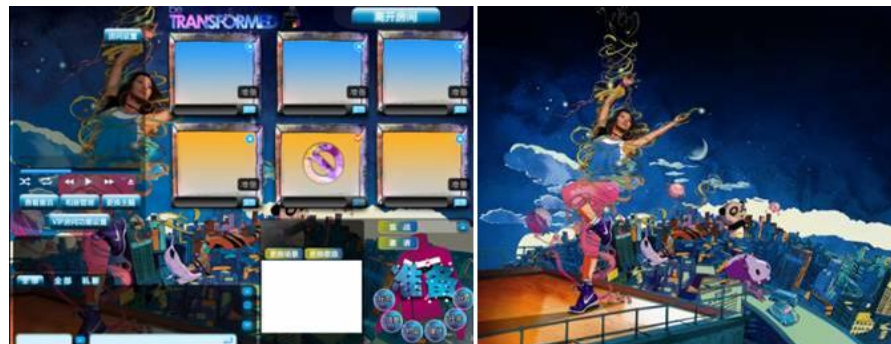
NIKE心灵之舞套装



NIKE不断超越套装



NIKE终极信念徽章



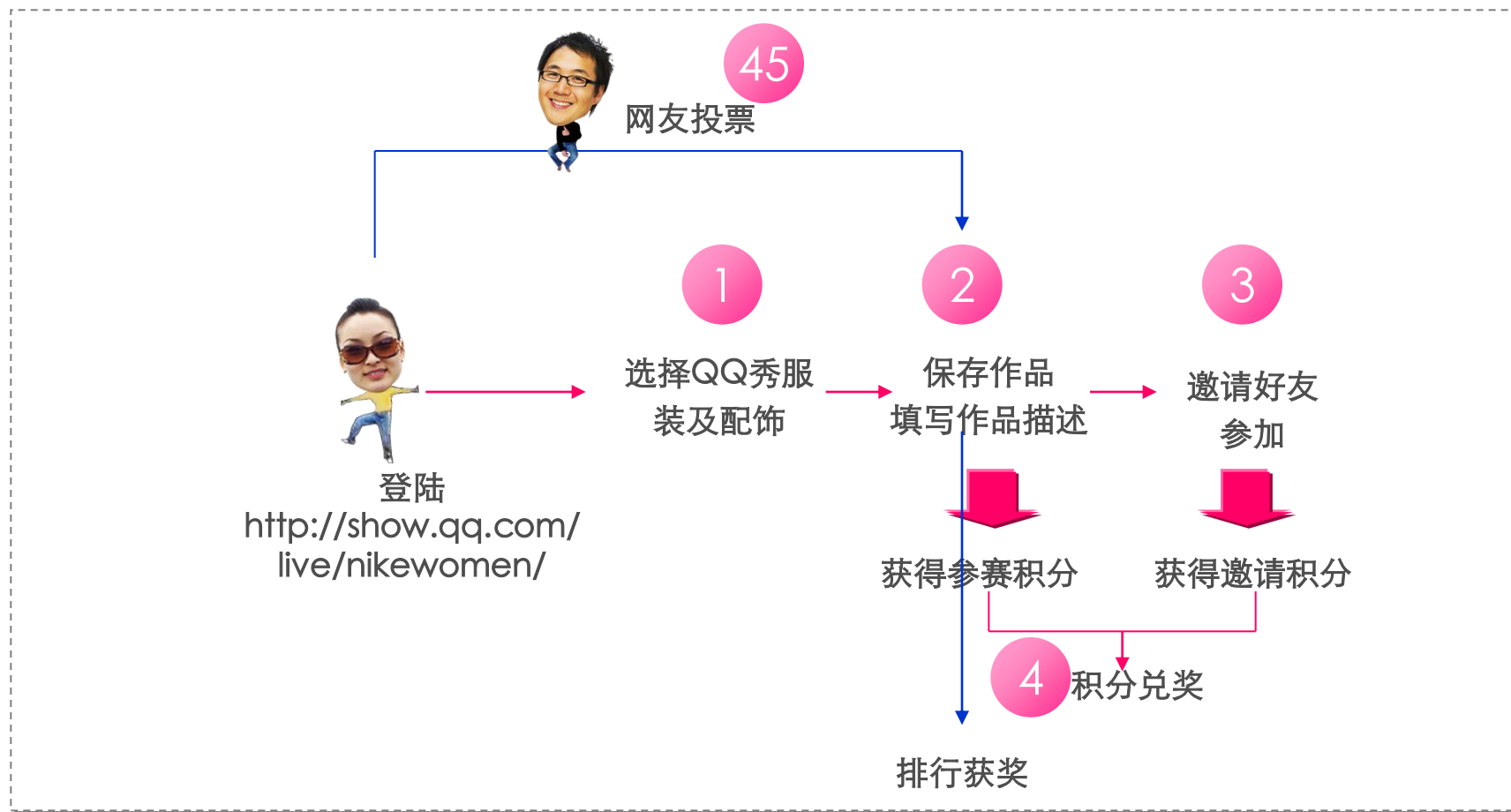
NIKE蜕变之旅VIP房间背景

用户体验流程

我的蜕变QQ秀搭配大赛 2009.02.12—2009.03.31

用户体验流程

- 参与用户登录活动网站进行QQ秀服饰搭配并生成参赛作品，由网友投票数进行排行获奖
- 所有参与用户可通过邀请好友及上传参赛作品获取积分，兑换奖品



奖品设置

奖品设置

1. Nike搭配大赛终极大奖：Nike实物服装

- 总票数第一：一套NIKE瑜伽服+一个NIKE水壶
- 总票数第二：一套健身运动服装+一个NIKE水壶
- 总票数第三：一只NIKE海滩手袋+一个NIKE水壶
- 总票数第四、第五：一个NIKE水壶



[点击查看NikeWomen我的蜕变全系列女装>>](#)

2. 积分兑换礼品

邀请好友参加比赛可以获得积分，积分兑换多种礼品



用户体验流程

耐克“跳出蜕变”校园活动 2009.03.05—2009.04.30

活动说明

活动背景描述：

线下参加“跳出蜕变”校园活动将有机会获得全套NIKE装备，代表学校组队参加全国各大区域选拔赛

本届活动主办方将邀请NIKE专业教练、国际舞蹈大师、编舞师和时尚造型师为选手联手打造！最终优胜的选手将前往洛杉矶参加世界健身大会，并参观波特兰耐克全球总部。

和世界顶尖舞者一同完成终极“蜕变”。

线上推广配合：

- 为线下53所参赛高校开辟Qzone，为所有参与选手提供展示平台；
- 各学校可通过Qzone结合本校活动内容上传活动照片、视频和日志，更rich的展示活动效果；
- 创建统一的活动官方Qzone “大本营空间”，并将53个Qzone汇总一起；
- 大本营空间即时显示其他53个校园Qzone的更新动态，并可直接链接其他各校园Qzone。

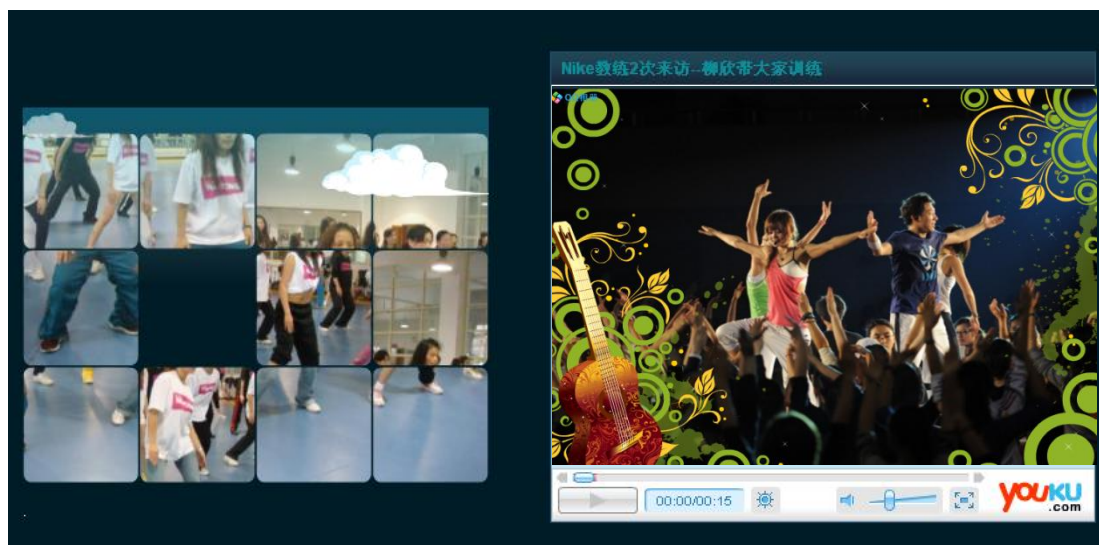
厦门大学Qzone示例:

Qzone创建中，最大限度的进行品牌产品曝光，潜移默化的进行思维影响

The screenshot shows a Qzone profile page for a user named '我的蜕变' (My Transformation). The profile information includes a star rating, the text '★Nike我的蜕变 7 庞大。', a level indicator 'LV2', and a URL 'http://959000102.qzone.qq.com'. The bio reads '渴望你给我的蜕变，期待我给你的精彩。' (I hope you give me a transformation, I look forward to the精彩 you give me). The background is a vibrant, colorful illustration of a woman in a blue and pink Nike Women's outfit, surrounded by swirling lines and a cityscape at night. The text '我的蜕变' is prominently displayed in large, stylized characters, with 'NikeWomen.com.cn' below it. A red speech bubble points to the background image with the text '将品牌海报制作成 Qzone背景皮肤' (Convert the brand poster into a Qzone background skin). The right sidebar contains navigation links: '主页', '日志', '音乐盒', '留言板', '相册', '秀世界', '个人档', '好友秀', and '更多'. The bottom section features a collage of photos showing a group of people, likely participants in a Nike Women's event, wearing matching black and pink 'TRANSFORMED' t-shirts. A '下载' (Download) button is visible over the photos.

校园Qzone表现形式

可上传日志、照片、视频等，
更rich的展示活动效果



耐克“跳出蜕变”校园活动大本营

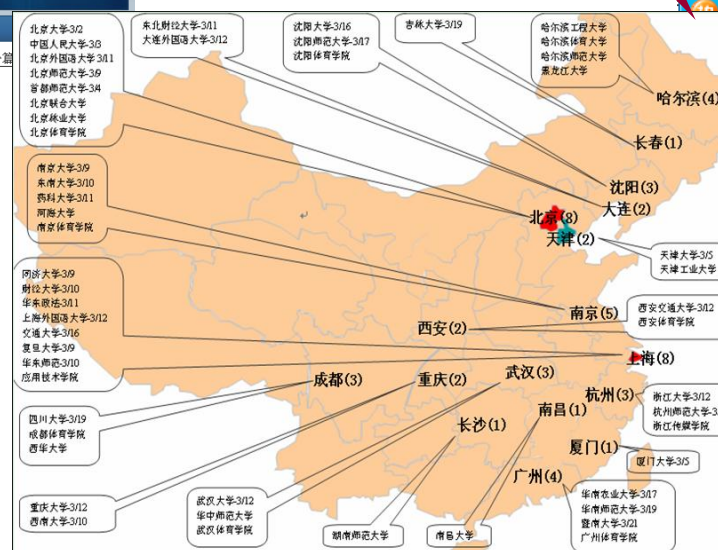
耐克的蜕变之旅，是一场关于青春、梦想与坚持的旅程。在这里，你将见证一群充满活力的年轻人，如何通过汗水与泪水，实现自我突破，蜕变为更好的自己。

耐克女子校园活动一蜕变之旅

耐克高校活动 | 发表于2009年03月16日 15:34 | 阅读(1960) | 评论(24)

分类： [个人日记](#)

我的大学	我的蜕变舞台
厦门大学	http://user.qzone.qq.com/959000102
华南农业大学	http://user.qzone.qq.com/959000103
华南师范大学	http://user.qzone.qq.com/959000104
暨南大学	http://user.qzone.qq.com/959000105
广州体育学院	http://user.qzone.qq.com/959000156
西南大学	http://user.qzone.qq.com/959000106
重庆师范大学	http://user.qzone.qq.com/959000108
成都体院	http://user.qzone.qq.com/959000110
四川大学	http://user.qzone.qq.com/959000112



空间动态即时提醒



► Measurability 可衡量的效果

与传统媒体相比，互联网媒体可在技术上对活动效果进行跟踪和数据统计

——高效果高效率资源支持品牌最大化曝光

2009.02.14-2009.03.31期间产生**49亿**以上的总曝光量，**1,695,379**次的总广告点击量。



广告投放 数据统计：(2009.02.14-2009.03.31**46天**)

■ 品牌总曝光：**4,915,499,480 (49亿)**

■ 总点击：**1,695,379(169万)**

► Measurability 可衡量的效果

与传统媒体相比，互联网媒体可在技术上对活动效果进行跟踪和数据统计

——高效果高效率资源支持品牌最大化曝光

腾讯图片站通栏二
广告点击率较高

硬广资源（位置及形式）	推广天数	曝光	点击	点击率
客户端RichButton	13	2,446,963,597	392,194	0.02%
All In One-富媒体	2	95,381,608	19,411	0.02%
新闻-图片通栏二	3	10,734,519	37,654	0.35%
女性频道底层页通栏一	5	28,459,902	5,248	0.02%
娱乐频道底层页通栏二	21	431,651,581	14,062	0.00%
娱乐-图片-通栏二	19	23,174,882	96,066	0.41%
时尚频道矩形大图	22	14,601,788	16,622	0.11%
星座频道底层页通栏一	21	25,831,600	9,767	0.04%
客户端视频窗口	14	1,598,873,456	1,088,226	0.07%
女性频道底层页通栏二	19	208,343,825	5,697	0.00%
女性频道底层页矩形大图	6	31,482,722	10,432	0.03%

广告投放 数据统计：(2009.02.14-2009.03.31 46天)

■品牌总曝光：4,915,499,480 (49亿)

总点击：1,695,379 (169万)

数据可见，受AIO新闻及娱乐页卡的引导，由新闻、娱乐引流过去的腾讯图片站通栏广告点击率最高，其次是频道底层页矩形大图

► Measurability 可衡量的效果

在完成等同于传统媒体的广告投放效果与形式的同时，互联网媒体的与消费者互动的过程同时被持续跟踪和统计，所达成的效果被几何化叠加

活动一： Nike动感女生 舞动蜕变 平台：QQ炫舞



购买道具总数：251,129件

2009.02.12—2009.03.31

活动二： 我的蜕变QQ秀搭配大赛 平台：QQ秀



作品总数：532,281
投票用户数：1,133,812
总票数：7,084,344

2009.02.19—2009.03.31

活动三： 耐克“跳出蜕变”校园活动 平台：Qzone



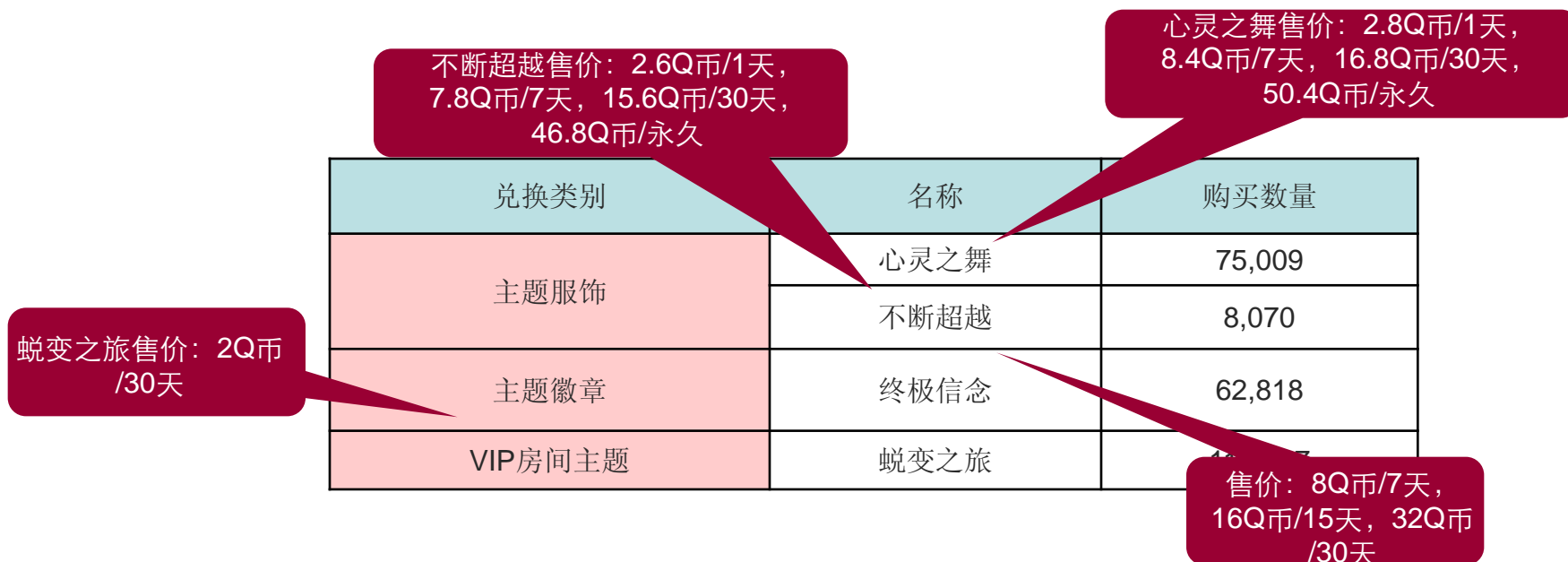
活动总日志数：478
回帖数：2,042
相册专辑数：252

2009.03.05—2009.04.30

备注：免费推广，无广告投放

► Measurability 可衡量的效果——活动一

与传统媒体相比，互联网媒体可在技术上对活动效果进行跟踪和数据统计
——达成用户深度参与，创造了活动参与人数的大回响力



QQ炫舞道具 购买数据统计：(2009.02.12-2009.03.31)

- Nike women主题服饰共计购买87,970人次。其中，套装“心灵之舞”受到玩家热情追捧，无论销售量及销售额均位居新品第一。
- 主题徽章共计购买62,818人次。其销售量与销售额在徽章类商品中均位居第四。
- Nike-women主题VIP房间背景推出一个月内，共计被购买115,497次，日均曝光量达550万。

与传统媒体相比，互联网媒体可在技术上对活动效果进行跟踪和数据统计——达成用户深度参与，创造了活动参与人数的大回响力

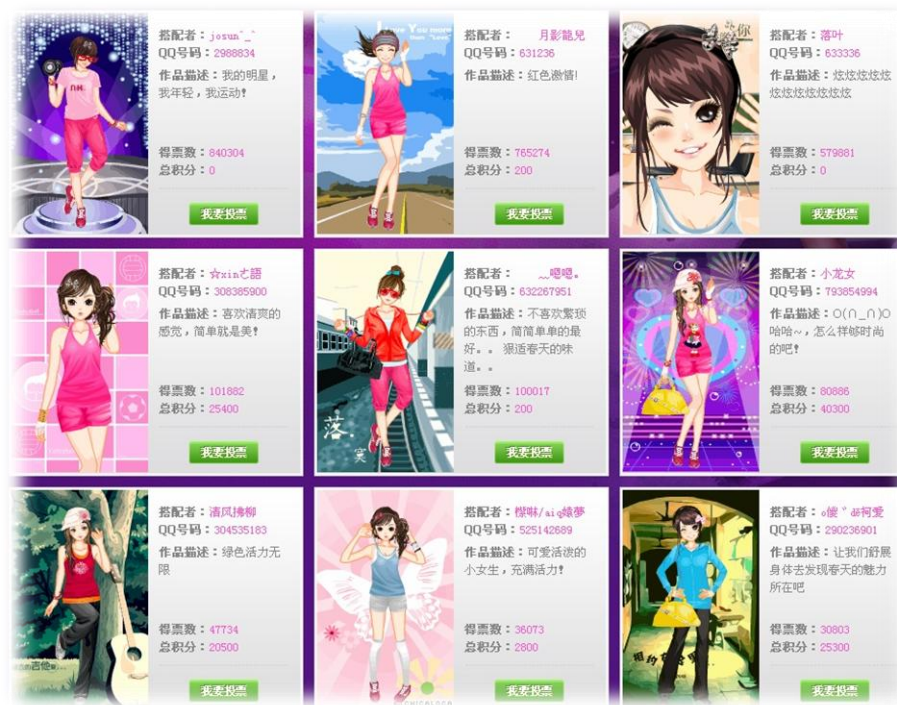
我的蜕变 QQ show 搭配大赛

QQ秀搭配大赛

用户参与数据统计:

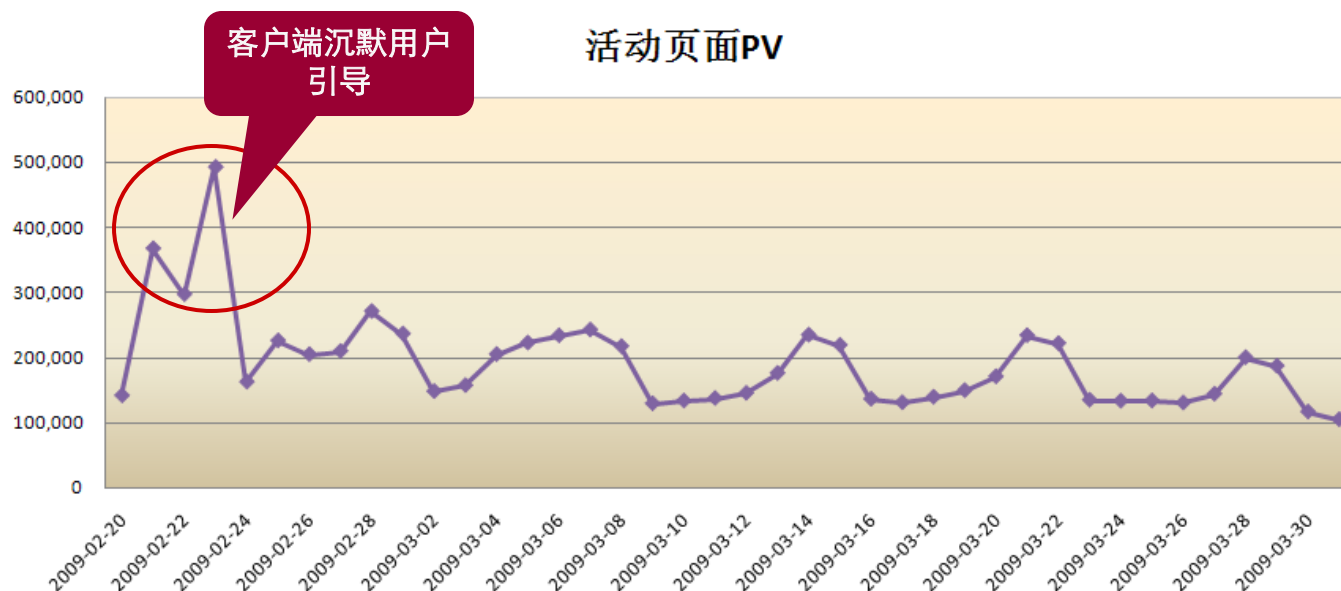
(2009.2.19-2009.3.31)

- 作品总数: 532,281
- 投票用户数: 1,133,812
- 总票数: 7,084,344



► Measurability 可衡量的效果——活动二

与传统媒体相比，互联网媒体可在技术上对活动效果进行跟踪和数据统计
——达成用户深度参与，创造了活动参与人数的大回响力



QQ秀搭配大赛

活动页面 数据统计：(2009.2.19-2009.3.31)

■活动页面总PV：7,666,811

■日均PV：191,671

► Measurability 可衡量的效果——活动三

与传统媒体相比，互联网媒体可在技术上对活动效果进行跟踪和数据统计
——达成用户深度参与，创造了活动参与人数的大回响力

Nike “跳出蜕变” 校园活动

53个Qzone活动参与 数据统计：(2009.3.5-2009.4.30)

- 活动页面总流量：7,935
- 活动总日志数：478
- 活动日志总浏览数：21,511
- 回帖数：2,042
- 相册专辑数：252

注：该阶段为免费推广，无广告投放



► Interactive Experience 互动式的体验

通过与消费者的互动来创建品牌和消费者之间的网络沟通方式，有效加深品牌在消费者心中的印象

- **参与 (Engagement)**：通过参与实现关注
 - 1、用户通过购买QQ炫舞定制道具产生品牌及产品认知；
 - 2、用户对QQ秀Nike服装及配饰进行搭配，并通过邀请好友主动传播；
 - 3、用户主动上传参赛照片、体验日志或视频进行口碑传播；
- **享受 (Entertainment)**：通过享受乐趣而延续关注
 - 1、购买QQ炫舞定制服饰或道具彰显个性身份；
 - 2、QQ秀搭配过程中，对品牌元素的结合产生新鲜感；
 - 3、消费者在大主题的引导下，自由发挥创造力完成作品，获得满足感；
- **掌控 (Empowerment)**：让用户可以掌控自己的关注
 - 1、用户可通过多参与活动获得积分，兑换更多奖品；
 - 2、用户作品的投票人气决定最终获得的奖品等级；
 - 3、用户对搭配的服饰自由掌控，搭配自己的风格；



► Navigation 精确化的导航

对于不同的目标消费者，在互联网上可以采用相应的针对性定向方法。集中用户的体验，和正确的消费者建立联系

Nike women选择目标受众集中的QQ秀平台，采用人群属性定向的方式，通过客户端沉默用户默认覆盖的方式覆盖到1000W女性目标用户，实现了品牌与目标受众的实效性连接

QQ秀沉默用户覆盖



定向人数：1000万

领取页面PV：1,503,109 (150万)

定向转化率：15%

► Navigation 精确化的导航

对于不同的目标消费者，在互联网上可以采用相应的针对性定向方法。集中用户的体验，和正确的消费者建立联系

Nike women的精准导航还在于其选择了目标人群集中，且活跃度高的QQ炫舞游戏平台进行推广

QQ炫舞是一款适合女性用户的网络游戏，通过产品道具的深度植入让品牌信息准确覆盖目标群

QQ炫舞游戏人物定制服饰



► Differentiation 差异性的沟通

以差异性来创造在线营销的不同，在互联网上满足客户不同需求

Consumer 消费者	<ul style="list-style-type: none"> •消费者透过定制的产品服装及道具的体现获得更多满足。 •好友间的关系链传播使他们之间产生共同的喜好与话题，促使品牌成为他们社区沟通的一部分。
Content 内容	<ul style="list-style-type: none"> •透过“搭配”形式体现消费的内容自创能力； •以精准的广告投放覆盖目标受众，吸引网民关注并参与。 •以积分换礼机制鼓励用户邀请更多好友，有效提升活动注册量；
Communication 品牌沟通	<ul style="list-style-type: none"> •以“蜕变”为主题，把Qzone、QQ秀、游戏等多种目标消费者感兴趣的平台联合推广，增加用户对品牌的记忆度； •在传递“蜕变”概念的同时进行情感植入，并通过互动让消费者与品牌产生共鸣；
Convenience 便利	<ul style="list-style-type: none"> •线下活动结合线上网络社区平台Qzone，让品牌的活动及信息时刻被用户关注到，缩短了品牌到达用户的距离

Thanks!