

# NIKE智能伴跑电台，娱乐全景点燃跑步动力

- ◆ 广告主: NIKE
- ◆ 所属行业: 服饰
- ◆ 执行时间: 2018.03.01-04.22
- ◆ 参选类别: 互动体验类



## 背景与挑战

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。

## QQ音乐和跑步场景更配哦



QQ音乐平台拥有  
1000W跑者人群

62.9%用户会在  
运动时听音乐

## 营销洞察

### 【音乐与跑步场景强关联】

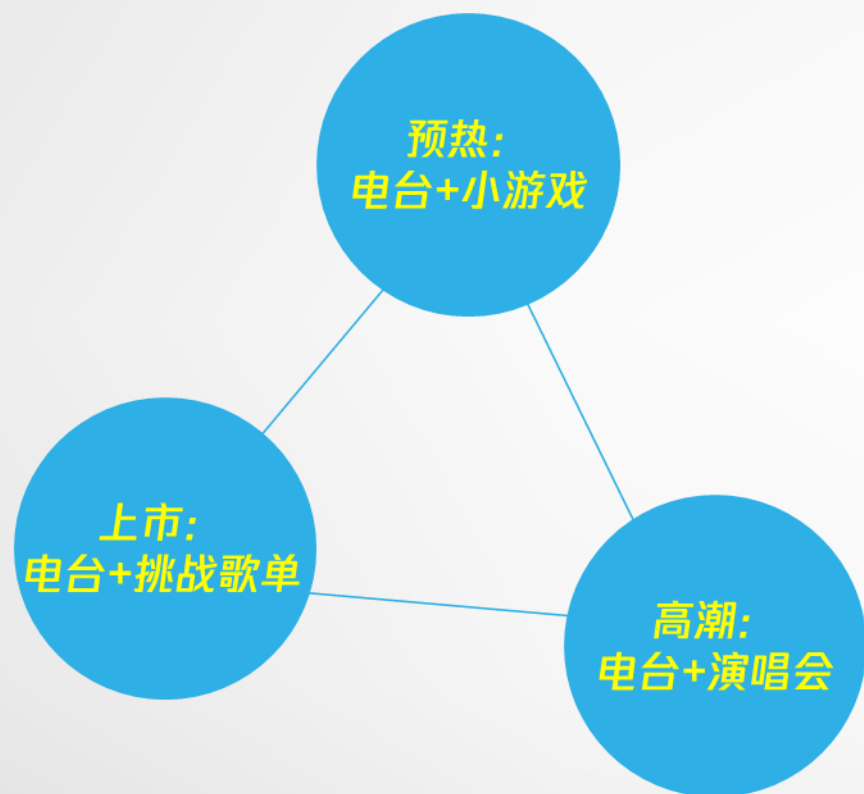
62.9%用户会在运动时听音乐，打造跑步电台可为运动爱好者提供最便捷的运动音乐入口。

### 【年轻人群小游戏兴趣白热化】

微信小程序热度猛增，跳一跳小游戏2018年1月DAU达到1.7亿，成为春节后开学/开工季最佳营销契机。

### 【运动场景社交化】

“社交”成为运动新驱动因素，通过线上电台泛社交、微信好友社交、线下粉丝社交等，全面联动年轻人。



## 营 销 策 略

### 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。

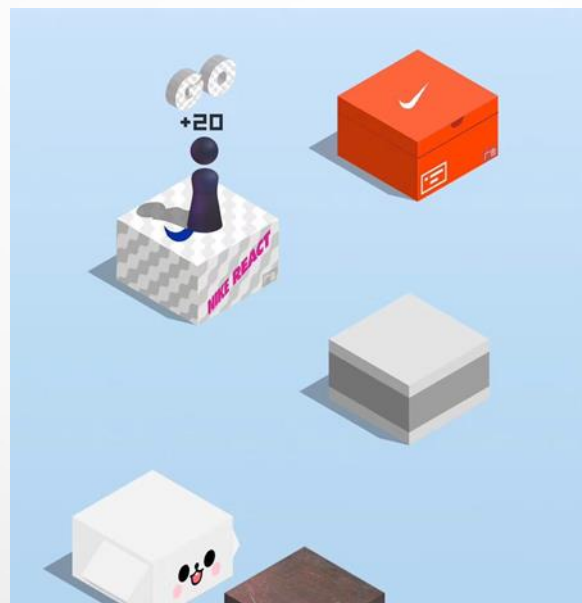
智能伴跑电台为线下跑步场景赋予了全新的数字体验，引领海量跑者人群步入便捷、愉悦、个性化的“乐跑”新场景。

## 创意执行 Step 1

【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。



高弹性能化身跳一跳加分项



加分彩蛋引发  
社交传播



## 创意执行 Step 2

【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。

### 跑步电台原生设定



明星音频陪跑歌单，吸引更多年轻人开跑。

### QQ音乐强入口



闪屏-焦点图-专辑翻转封面，覆盖用户听音乐全路径，营造挑战赛最佳氛围。

### QQ音乐绿钻十周年庆联动



品牌下拉挂件创新形式，高达83%用户选择互动，燃起了活动小高潮。

## 创意执行 Step 3

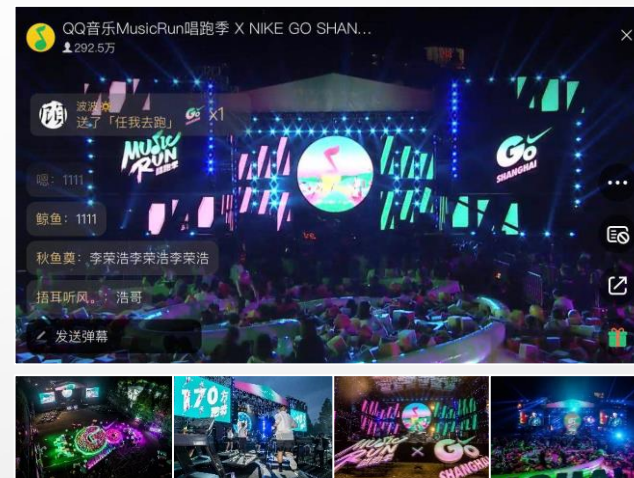
### 【电台+公益演唱】线上挑战线下延续，O2O集齐步数“跑转地球”

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。

#### 地球日打造BIG DAY，为直播&线下活动积攒人气



#### 多屏直播精彩呈现





## 合作效果

### 【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。