



做点新鲜事  
一起哈啤



## 哈尔滨啤酒2018俄罗斯世界杯

营 销 案 例

# 目录 / CONTENT

01

营销背景

02

执行回顾

03

项目总结

# 01

PART ONE

营

销

背

景

回

顾

# 营销背景

## 2018世界杯期间，饮料饮品市场需求旺盛

### 美团TOP搜索品类及同比搜索增速 (6月14日-6月19日)

|   |    |      |
|---|----|------|
| 1 | 毛豆 | +69% |
| 2 | 啤酒 | +42% |
| 3 | 鸭脖 | +40% |
| 4 | 薯片 | +37% |
| 5 | 烧烤 | +24% |

### 苏宁易购消费同比增速 (6月14日-6月19日)



牛奶饮品 235.7%



饮料饮品 376.8%



进口啤酒 67%



四年一次的世界杯，成为国产啤酒营销良机。据电商数据统计，世界杯前后，啤酒的搜索量、销售量均有成倍增长，酒吧也成为最热看球场所

## 二 营销目标



哈尔滨啤酒作为世界杯赞助商百威集团旗下品牌，携手代言人内马尔，号召网友享受足球运动的狂欢，忘掉输赢，一起哈啤。

**哈尔滨啤酒，如何借势全球关注的热点大事件，提升品牌知名度，并增加销量？**

**两大营销目标：**

- 1、品牌输出：**传播哈啤快乐、年轻、新鲜的品牌形象，提升品牌知名度、好感度
- 2、助力销售：**抓住世界杯期间的有利消费场景，提升产品销量

### 三 面临的营销难点

流量  
难得

世界杯借势热，哈啤如何在众多品牌借势中博得关注？

转化  
困难

以声量带销量，如何加深与目标用户的沟通互动，与用户形成深度链接，并同步带来销量提升？

2018世界杯仅FIFA官方合作品牌就有**17家**之多，蹭热点借势的品牌更是难以统计。

7家战略合作伙伴

5家官方赞助商

5家区域赞助商

俄罗斯世界杯中国赞助商一览

国际足联合作伙伴



世界杯官方赞助商



区域支持商



传统的体育竞技类赛事借势合作，一般为品牌露出，难以与用户形成深度互动，更奢谈直接带动销量



## 四 面临的营销机会

移动互联网发展带动用户观球习惯变化，社交媒体更便捷、全面的满足球迷碎片化观球、资讯浏览、社交互动等多种需求，2018世界杯成为一场社交狂欢

- 除了观看世界杯直播，用户在社交媒体**获取资讯、参与讨论**的需求同样旺盛。
- 世界杯期间微博日活跃用户较开赛前2周增长6.5%，有关世界杯的博文讨论量达**1.7亿**，互动次数超过**10亿**

球迷群体参与2018世界杯的主要方式



数据说明：本数据根据易观在世界杯前期、中期、后期三次用户调研结果，整理得出。

- 世界杯64场比赛，几乎所有比赛夜间，受时间、精力限制，在微博上转播、关键赛事节点的短视频观看量超过**170亿+**



数据说明：本数据根据易观在世界杯前期、中期、后期三次用户调研结果，整理得出。

## 四 面临的营销机会

哈尔滨啤酒，多年深度经营社交媒体影响力，仅官微便积累**392W+**活跃粉丝，如何立足微博，在本次世界杯借势中达成营销目标？

快速找到体育泛兴趣用户：微博泛体育用户达**3.53亿**，体育兴趣用户 > **8000万**



男性居多，74%以上  
18~30岁之间的年轻高  
价值用户

借势体育KOL，发挥圈层影响力：大量媒体、俱乐部、球星均已开博，微博体育KOL > **31万**，找到契合的明星并顺势触达其背后的粉丝圈层



借势世界杯独家内容：微博上不仅有国际足联的第一手资讯，更有CCTV5矩阵不间断发布赛事精华剪辑



巧用热门话题博得关注，增加互动：世界杯期间，微博官方、媒体、网友自发运营的话题，无不凝聚兴趣用户关注、讨论、互动

[#2018世界杯#](#) [#世界杯决赛#](#)

[#世界杯#](#) [#世界杯球员集锦#](#) [#世界杯足彩竞猜#](#)

[#世界杯吐槽大会#](#) [#世界杯蹭热点#](#)

## 五 营销策略

立足目标用户关注度高，且品牌已经有影响力基础的微博平台，展开2018世界杯营销借势

### 圈层效应

借势明星吸睛，找到品牌融入世界杯的最佳姿势，快速获得关注

2018年4月中旬，世界杯前夕，签约内马尔、李荣浩为品牌新晋代言人。借势代言人内马尔，成功搭上世界杯顺风车



### 内容借势

借势球迷高关注内容进行品牌露出，号召网友享受足球运动的狂欢，传播“一起哈啤”的品牌理念



世界杯期间，CCTV5官微发布每一个进球瞬间剪辑的精华短视频，针对用户高关注的进球瞬间进行短视频广告投放

### 老粉激活

加强官微互动类内容发布，发挥自有粉丝影响力，并快速触达新粉丝，形成销售转化

世界杯期间，官微进行了TVC发布、有奖互动、品牌联盟等多种内容运营方式，全面激活新老粉丝



哈尔滨啤酒

粉丝:3929253

# 02

PART TWO

项

目

执

行

回

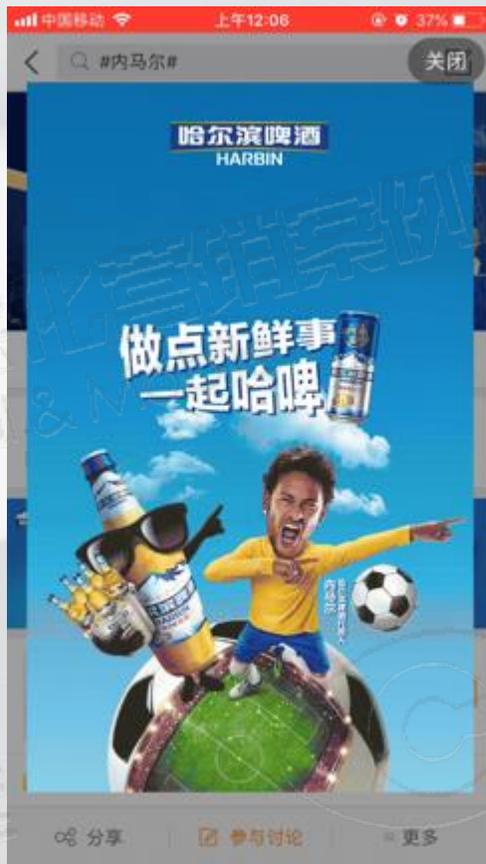
顾

# 一 哈啤冠名#内马尔#话题页

#内马尔#话题页是粉丝集聚地,汇集亿级的足球球迷的关注,哈啤在话题页进行品牌信息强露出,吸引球迷目光为天猫超市导流。



#内马尔#话题页阅读量增量高达5.5亿



移动端截图

世界杯期间，打卡idol话题页，关注内马尔动态、舆情成为粉丝日常，哈啤用更醒目的图片弹层，向每位进入#内马尔#话题页的用户传播“做点新鲜事，一起哈啤”的品牌理念，直观绑定品牌与内马尔粉丝，借用明星背书，提升品牌好感度



# #内马尔#点赞特效

利用新型营销方式吸引用户关注：

所有在世界杯期间发出的含有#内马尔#关键词的博文，点赞时均呈现定制化特效

趣味互动场景，吸引泛球迷人群关注与兴趣，提升营销效果



点赞数据:峰值与内马尔热点高度相关

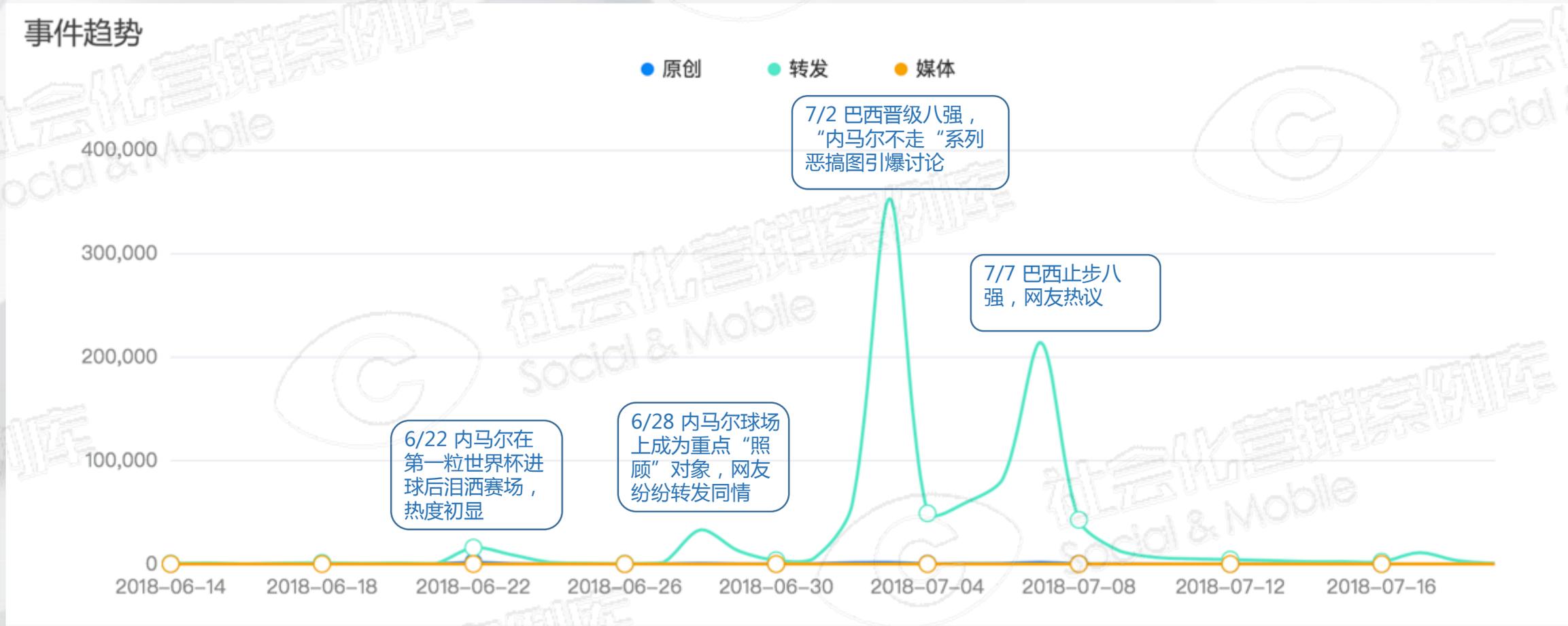


移动端点赞效果展示



# #内马尔#话题词热度趋势

本届世界杯众多传统强队爆冷，梅西、C罗等顶级球星所在球队均止步十六强  
内马尔率巴西队力克墨西哥，晋级八强，热度达到顶峰



## 二

# #庆祝时刻#短视频贴片&字幕条&挂件角标

#庆祝时刻#进球短视频获得球迷较高关注，哈啤针对所有进球视频的贴片投放，同步获得超预期曝光，“一起哈啤”的理念深入球迷心中



移动端前贴片截图



移动端字幕条&角标截图

由CCTV5官微根据赛事情况实时发出的

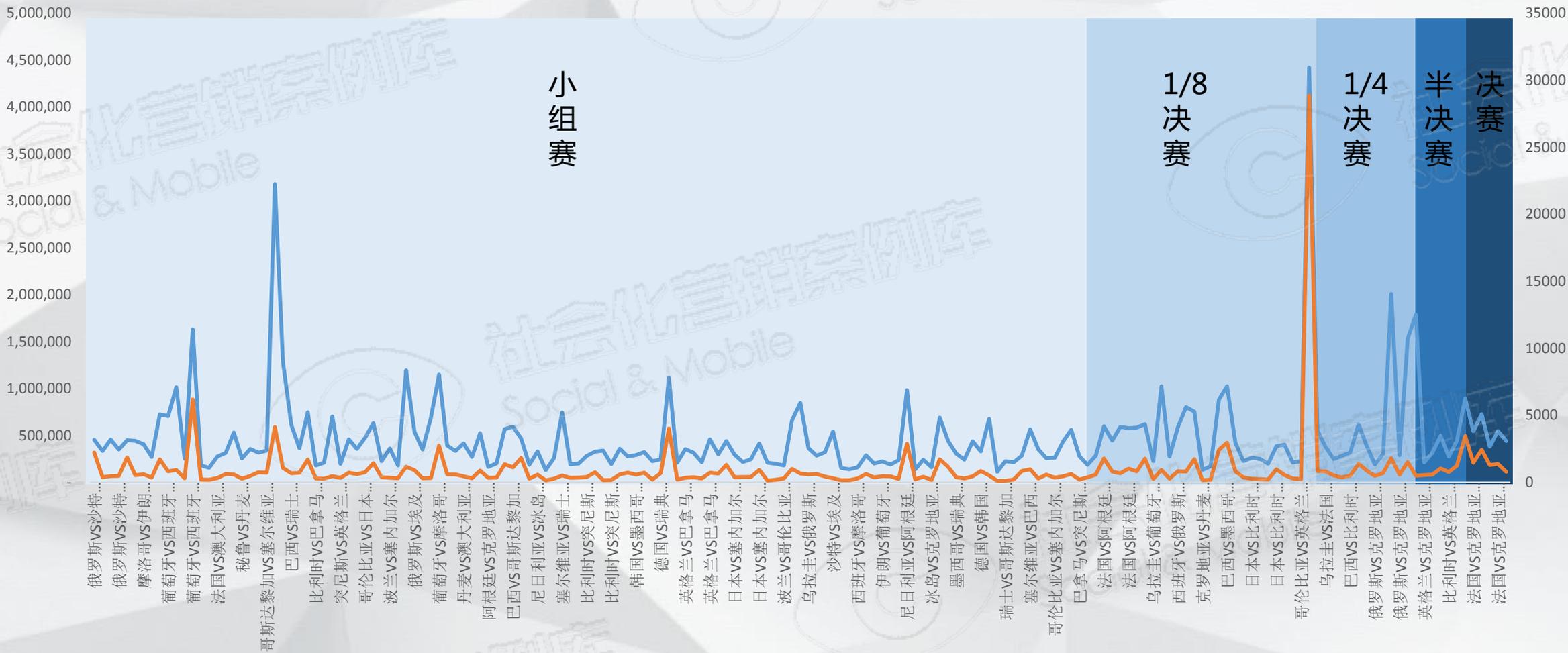
进球庆祝短视频博文**高达173条**

短视频总VV量**超过8000万**

博文转评赞总互动量**近20万**

# #庆祝时刻#短视频VV量与互动量趋势

173条#庆祝时刻#短视频平均VV量近50万，互动量与VV量趋势同步  
 在英格兰首次打破世界杯点球魔咒晋级八强时，VV量与互动量达到顶峰



### 三

## 品牌速递

在世界杯开始的第二日、闭幕当天，世界杯两个高关注时间节点，针对官微博文进行信息流曝光资源投放，跟其他强曝光媒介互为补充，提升营销效果



## 四

## 官微运营

世界杯期间，哈啤官微运营频次提升，内容方向丰富，图文、视频穿插，互动效果提升明显



世界杯海报：每天一张借势海报跟进赛程

绝佳进球视频转发：全程转发#庆祝时刻#视频

明星动态：针对内马尔发布明星相关博文

有奖活动：针对明星、赛程策划趣味活动

品牌联动：联合三只松鼠等品牌输出联动系列海报

代言人TVC：推荐李荣浩、内马尔主演的音乐TVC

新品礼包推荐：联合三只松鼠推出观球礼包，邀请美食KOL进行视频评测

## 四

## 官微运营

### 世界杯每日借势海报-部分博文示例

哈尔滨啤酒  

6月24日 19:01 来自 专业版微博

战车复活，逆风翻盘！**世界杯第十天**，德国最后一刻绝杀！克罗地亚面向看台，激情怒吼！场下的球迷看到进球的一瞬间，更是吼声震天！庆祝离不开哈尔滨啤酒，一起为德国战车举杯吧！#来点新姿势，一起哈啤#！



☆ 收藏

🔖 40

💬 40

👍 107

哈尔滨啤酒  

6月25日 19:00 来自 微博 weibo.com

狮口拔牙，铲射破门！**世界杯第十一天**，巴拿马达成世界杯历史首个进球成就！巴洛伊拥抱队友庆祝，喜不自胜！为巴拿马这个历史性的时刻举杯吧！高举哈尔滨啤酒，和球友一起#来点新姿势，一起哈啤#



☆ 收藏

🔖 37

💬 36

👍 103

# 四

## 官微运营

### 世界杯绝佳进球视频转发-部分博文示例

哈尔滨啤酒   关注

6月25日 23:57 来自 搜狗高速浏览器

锋霸卡瓦尼抢点捅射，终于打破本届世界杯进球荒！进球后的#庆祝时刻#卡瓦尼激动地向观众和上天献上飞吻！@巴黎圣日耳曼 @乌拉圭球迷俱乐部 一口香辣羊肉串，一口冰爽哈尔滨啤酒，一起期待下一场的精彩！

@CCTV5  

【卡瓦尼献飞吻】#球星瞬间##庆祝时刻#卡瓦尼终于打进本届比赛个人首粒进球，他张开双臂尽情奔跑，向现场观众和天空献上飞吻！#2018世界杯##微5世界杯#  CCTV5的微博视频



6月25日 23:56 来自 NEX AI智慧旗舰 389 | 114 | 331

 收藏 |  46 |  26 |  101

萨拉赫单刀赴会，冷静破门！埃及门将哈达里跪地庆祝，这一#庆祝时刻#献给本届世界杯出场球员年龄最大的哈达里！向老兵致敬！@利物浦球迷俱乐部 @埃及球迷俱乐部 这一刻举杯哈尔滨啤酒，绿茵盛宴就要哈啤！

@CCTV5  

【哈达里跪地庆祝！】#球星瞬间##庆祝时刻#萨拉赫破门，埃及1-0领先！埃及门将哈达里跪地激情庆祝！45岁161天，他是世界杯历史上年龄最大的出场球员！#2018世界杯##微5世界杯#  CCTV5的微博视频

秒后关闭广告 



此广告由哈尔滨啤酒呈现

6月25日 22:35 来自 NEX AI智慧旗舰 264 | 85 | 219

 收藏 |  62 |  38 |  102

## 四 官微运营

2018年4月中旬签约内马尔、李荣浩为新晋代言人，同步推出两个代言人的音乐TVC，并在官微持续为世界杯借势预热，获得大量互动及转发



## 四 官微运营

全程跟进世界杯期间内马尔、桑巴军团动态，策划有奖活动，激发粉丝、球迷们一波又一波参与热情



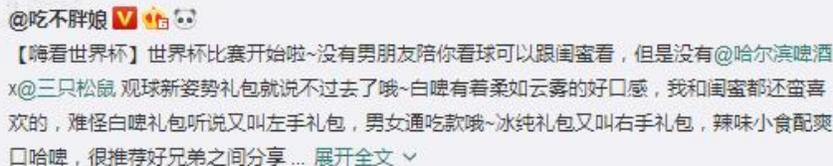
# 四

## 官微运营



联合三只松鼠推出观球礼包，并向官微老粉丝进行推荐。利用微博橱窗一键导流至天猫平台，促成销售转化

邀请知名美食自媒体@吃不胖娘，对大礼盒进行评测，影响美食、男性足球爱好者



# 四

## 官微运营

联合三只松鼠、清扬、妮维雅男士、小米电视、武林外传官方手游、完美世界游戏等六家品牌进行世界杯借势海报联盟，六家官微覆盖粉丝近千万



# 03

PART THREE

项

目

整

体

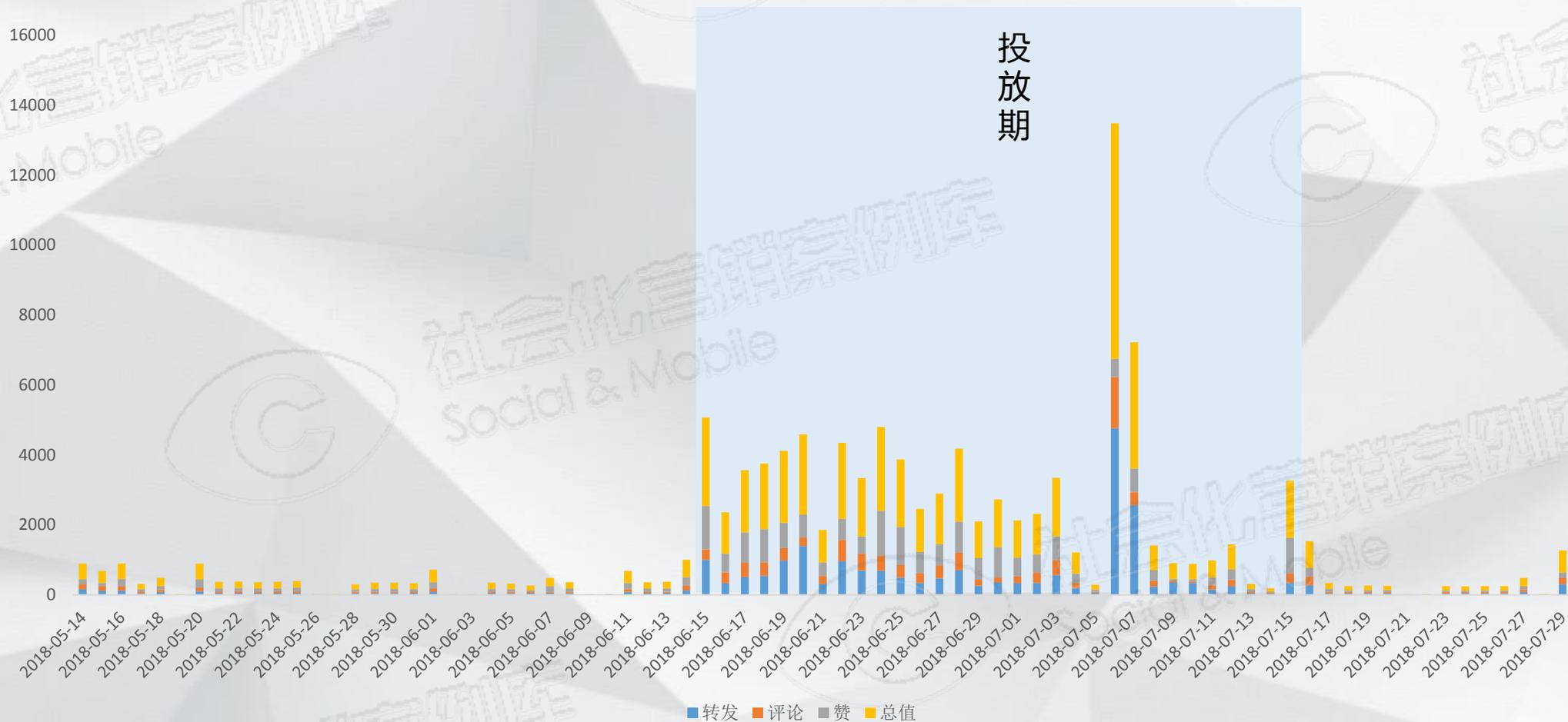
总

结



# @哈尔滨啤酒 官微互动

世界杯项目投放期间，哈啤官微较平时**互动热度明显提升**



世界杯项目投放期间，品牌社交声量一直维持**较高热度**



## 二

## 项目总结



绑定代言人内马尔，利用点赞特效，提升网友好感度，助力#内马尔#话题页新增阅读量**超5.5亿**。

以进球#庆祝时刻#短视频撬动世界杯粉丝热情，给品牌带来**超8000万**优质曝光。



内容上建议继续结合热点事件，借势强版权资源进行深度合作，最大化提升品牌有效曝光。

同时，外围推广上可通过[开机][热搜][信息流][关键词搜索][超级粉丝通]等产品，重点传播品牌自有内容，强化用户对品牌的印象

**T**

**H**

**A**

**N**

**K**

**S**



后续更多内容请前往 @社会化营销案例库 查看



扫码下载案例库APP



扫码直接浏览案例库