**Intel×TME Evo新周末直播演唱会整合营销**

**广 告 主：**英特尔

**所属行业：**电脑数码

**执行时间：**2020.10.20-10.26

**参选类别：**直播营销类

**营销背景**

英特尔发布Evo平台品牌，需要通过有效营销策略与消费者建立直接沟通，强化英特尔Evo平台品牌价值，抢占消费者心智，提升消费者对Evo认证标准的认知度和认可度，以主导市场链，保持领先地位。

**营销目标**

1. 品牌提升：提升英特尔Evo品牌声量，直接面向终端消费者建立品牌认知，进行高效品牌沟通，提升品牌影响力。

2. 销售转化：引流京东电商，促进Evo标准认证的电脑系列销售转化，实现品效联动。

**策略与创意**

1. TME直播联动品牌价值主张，提升品牌认知。

通过TME live音乐大咖直播，强化Evo品牌“非凡性能”主张；TME四平台直播+四天音乐专场，匹配品牌“快、长、炫”特征，全面提升品牌声量及好感度。

2. 打通媒体+电商全链路营销，品牌资产长效运营。

依托京东数坊能力，从消费者4A资产角度追踪本次营销活动给英特尔带来的品牌收益，同时沉淀品牌用户资产，实现用户长效运营。

**执行过程/媒体表现**

1. **TME live直播，实现品牌多维度大曝光**

预热期：QQ音乐、全民K歌、酷我音乐、酷狗音乐四平台闪屏+焦点图预约领取门票，相关资源均有品牌露出。



直播期：嘉宾直播中进行口播代言、演唱会现场摆放Intel Evo认证电脑及品牌灯箱、歌名条品牌露出等，多维度展现品牌，直观、快速提升品牌认知。



发散期：市场阶段发声，相关话题及资讯带Evo新周末字样，持续提升品牌人气。



1. **品牌资产回流沉淀**

硬广曝光人群回流京东数坊平台，追踪此次营销活动为品牌带来的4A人群收益；沉淀品牌用户资产，实现用户分层及再营销等长效运营。



**营销效果与市场反馈**

1. 大曝光直播资源，提升品牌声量

四场直播共取得**4200万+**收看，微博话题累计阅读量突破**2亿**；

预热资源、现场资源、直播资源、扩散资源等全媒体共为品牌带来**6.97亿+次曝光，超预估30%+**。

1. 品牌用户资产提升

此次活动为英特尔Evo平台认证的电脑品牌带来4A人群提升，**吸引人群提升21%**，行动人群提升3%，拥护人群提升2%。