



奥林匹克全球合作伙伴



刘诗雯
女子乒乓球
奥运冠军

刘国梁
中国乒乓
大满贯选手

张常宁
排球奥运冠军

马龙
男子乒乓球
奥运冠军

徐嘉余
游泳世界冠军

谢震业
田径世界杯冠军

可口可乐 X 小米

双屏跨场景奥运营销



营销背景

百年奥运赞助商

自1928年赞助阿姆斯特丹奥运会至今，可口可乐赞助奥运已有93年历史，可以说是奥运会最长期和最坚定的合作伙伴。

2020东京奥运，可口可乐希望通过这场全世界最大的全民赛事，与消费者深度联结，激发年轻人追求自我价值，开启激昂新可能。

疫情，催生“屏”聚奥运

疫情让人们无法亲临奥运现场，“屏”成为奥运营销主战场。

可口可乐挖掘这一现象背后的用户洞察，聚焦“小屏”+“大屏”生态场景，让可口可乐时刻渗透在用户奥运全过程，与用户紧密连接。

营销背景

百年奥运赞助商

自1928年赞助阿姆斯特丹奥运会至今，可口可乐赞助奥运已有93年历史，可以说是奥运会最长期和最坚定的合作伙伴。

2020东京奥运，可口可乐希望通过这场全世界最大的全民赛事，与消费者深度联结，激发年轻人追求自我价值，开启激昂新可能。

疫情，催生“屏”聚奥运

疫情让人们无法亲临奥运现场，“屏”成为奥运营销主战场。

可口可乐挖掘这一现象背后的用户洞察，聚焦“小屏”+“大屏”生态场景，让可口可乐时刻渗透在用户奥运全过程，与用户紧密连接。

营销目标

可口可乐如何借助“小屏”+“大屏”生态场景营销
与消费者在奥运建立起全新的情感链接？

1

品牌曝光

契合用户观赛场景
进行品牌曝光传播

2

创新互动

契合用户生活场景
与其产生创新连接

用户洞察

小屏-手机

随时随地关注奥运赛事资讯



大屏-电视

高清大屏，是用户观看奥运赛事的最佳媒介



媒介洞察

小米手机 全球**第二**

单位：百万（台）

| 手机厂商 | Q2 2021市场占比 | Q2 2020市场占比 | 年增长率 |
|---------------|--------------|--------------|---------------|
| Samsung | 18.8% | 19.5% | +9.3% |
| Xiaomi | 16.9% | 10.3% | +86.6% |
| Apple | 14.1% | 13.6% | +17.8% |
| Oppo | 10.5% | 8.7% | +37% |
| Vivo | 10.1% | 8.6% | +33.7% |
| Others | 29.5% | 39.4% | -15.2% |



媒介洞察

小米手机负一屏 “用户的智能生活助理”

手机桌面第一入口，右滑一下，资讯与服务直达



右滑一下



一键直达资讯和服务

生活助理，用户高频使用习惯

覆盖资讯、订餐、出行、运动等生活服务
人均每天使用频次：3.3次，DAU：2700万

入口直达，高效便捷

右滑一下，便捷直达，点击跳转落地页

强势曝光，抢占第一视觉

日均PV8500万，强势触达占领心智

媒介洞察

小米OTT 中国智能家庭场景第一流量入口

同时也是用户围坐在一起观看奥运比赛的核心场景

5000万

小米电视&盒子累计激活量

4090万

月活跃设备量

6.9h

日均使用时长

1.7亿

日均总播放次数



创意策略

全面整合小米硬核生态移动端与OTT端，助力可口可乐在每一个奥运核心场景与用户建立全新情感链接

双屏跨场景奥运营销



小米移动端×个人场景

赛事资讯

厂商级系统能力：小米移动端
以用户为核心，随时随地聚焦奥运赛事资讯
以服务助力可口可乐建立与用户沟通触点



右滑一下 资讯直达

手机「负一屏」资讯场景原生融入，随时随地奥运奖牌榜在手，助力品牌高效转化

右滑一下
直达小米手机负一屏



点击文字链
跳转品牌电商



点击button
跳转品牌定制奖牌榜



零级入口 强势推送

每日为用户提供可口可乐定制奥运资讯，是营销更是服务

厂商级「PUSH大图」

亮屏第一眼 品牌必现

独家展现形式 品牌专属



点击跳转
品牌定制赛程表



小米OTT×家庭场景

奥运观赛

中国家庭第一智能大屏：小米OTT
为可口可乐打造家庭场景下的大屏奥运观赛解决方案



可口可乐覆盖用户奥运观赛全路径 品牌现象级曝光

打造家庭场景下的OTT端奥运观赛全链路，超强曝光为可乐奥运全面造势，打造全民可乐，全民奥运

用户开机

奥运观赛

夺金时刻

观赛闲暇

15s创意开机



精选页换肤



AI PUSH



电视画报 (动态)



大视界



夺金详情页



用户开机 独家震撼创意必现 第一时刻霸占用户心智

裸眼3D加持创意内容，打造绝佳影音效果



(15s创意开机)

选片时刻 沉浸式品牌超级曝光

开机后的第一超级曝光，首次开放奥运全程17天曝光权益，可口可乐奥运元素原生融入，赋能超级流量

2021.7.23 - 7.30

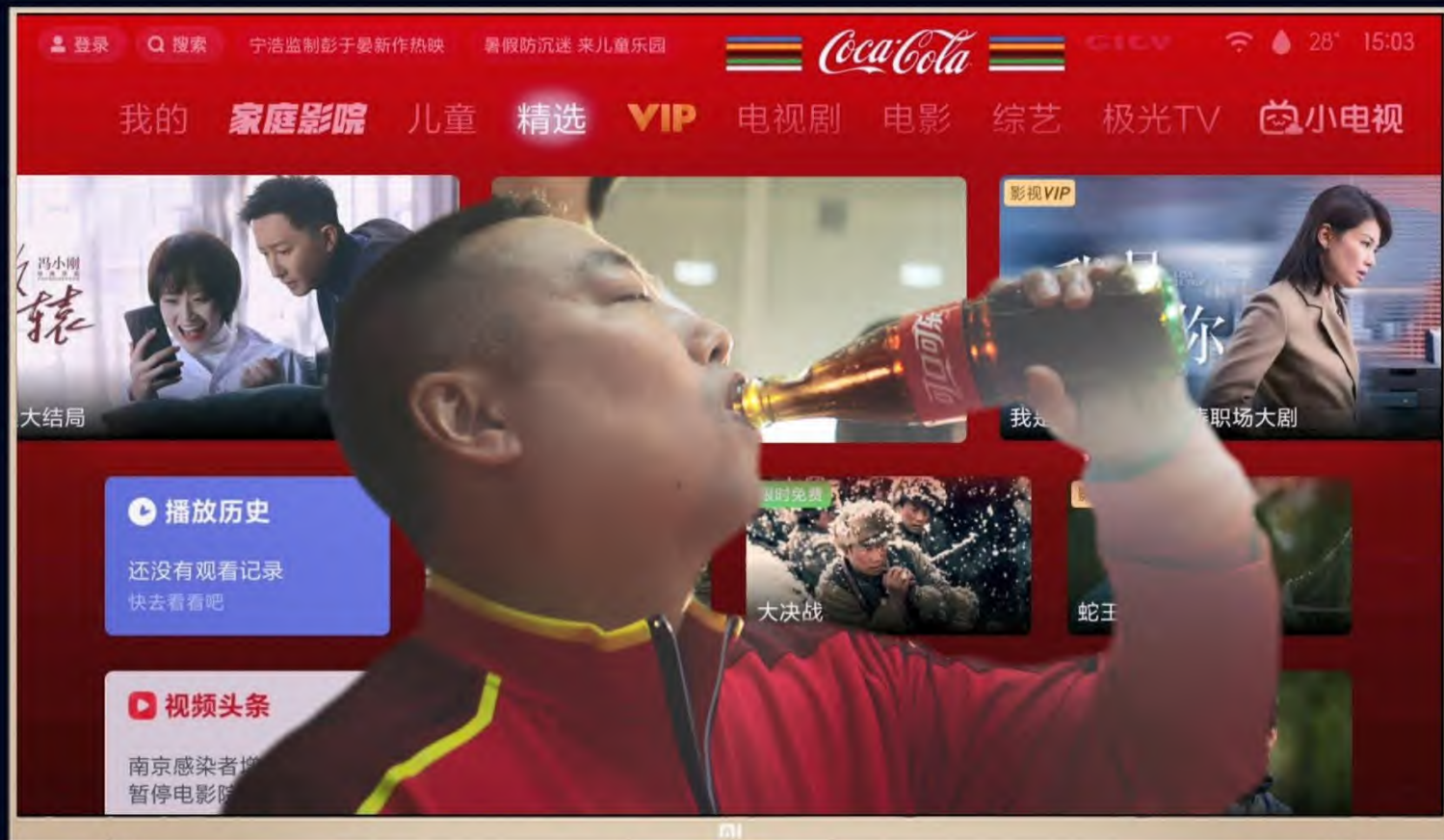
2021.7.31 - 8.9



(精选页换肤)

选片时刻 「有声霸屏浮层」 二次深化品牌形象

“裸眼3D+音效”加持高纯度品牌信息，精选页停留3秒后展现，超强吸睛



(大视界)

夺金时刻 智能推送获奖信息 增加用户互动

一级桌面入口用户全覆盖，与可口可乐一起畅爽庆祝

中国队夺金时，AI PUSH全局弹窗推送

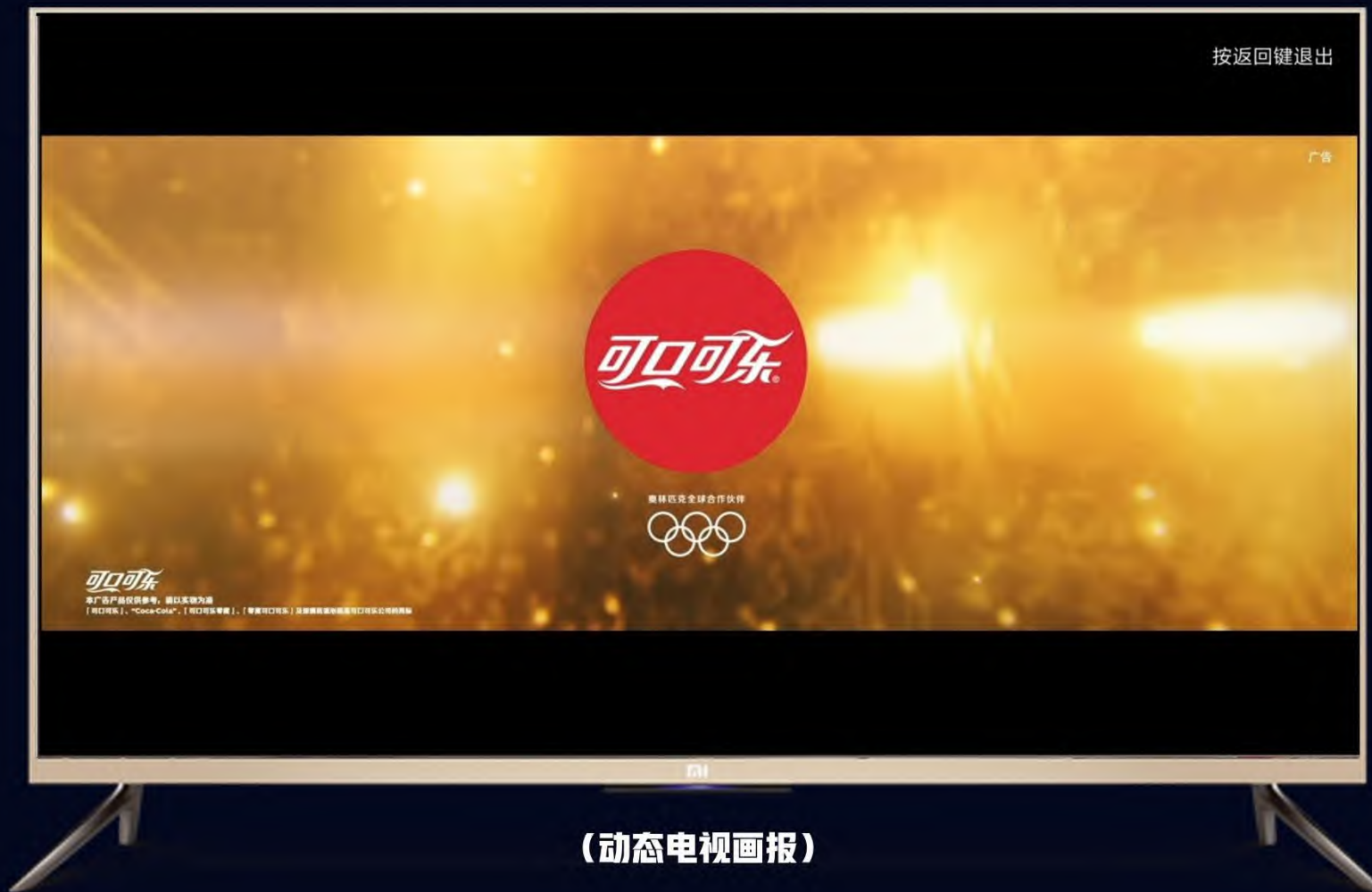
点击跳转可口可乐-夺金详情页



(AI PUSH)

闲暇时刻 高清「电视画报」加深**用户品牌记忆**

可口可乐高清视频，有效传递品牌信息



(动态电视画报)

数据表现

可口可乐×小米2021奥运营销强势破圈 超额完成品牌预期

17天总曝光近30亿 引爆奥运关注热潮

2,993,663,459

双端
总曝光

158.54%

双端
曝光完成率

21,834,011

移动端
总点击量

—— 案例亮点 ——

四大合作亮点

助力可口可乐深入用户奥运全场景



**生态级流量
超强曝光**

区别传统电视，更智能的小米OTT奥运霸屏矩阵，实现可口可乐现象级曝光



**系统级通知
智能推送**

奥运期间限定开放小米OTT系统级AI PUSH，夺金时刻智能推送



**系统级资源
智能服务**

发挥移动端厂商系统级优势，随时随地为用户奥运资讯服务



**厂商级入口
高效转化**

厂商级智能助理负一屏契合用户奥运场景，一键跳转电商



奥林匹克全球合作伙伴



刘诗雯
女子乒乓球
奥运冠军

刘国梁
中国乒乓
大满贯选手

张常宁
排球奥运冠军

马龙
男子乒乓球
奥运冠军

徐嘉余
游泳世界冠军

谢震业
田径世界杯冠军

开启激昂新可能

T H A N K Y O U

