

# 阿里巴巴集团奥运会热点营销

- ◆ **品牌名称:** 阿里巴巴 天猫
- ◆ **所属行业:** 互联网
- ◆ **执行时间:** 2021.06.23-08.08
- ◆ **参选类别:** 体育营销类

## 背景:

阿里巴巴集团作为奥运会的顶级赞助商，希望能够借势东京奥运会，通过热点营销建立起更正能量、积极向上的“奥运合作伙伴”的口碑形象。

## 挑战:

奥运期间密集的品牌借势营销中，阿里如何顺利突围？如何向外传递“顶赞”身份？

## 目标:

借势奥运大热点完成品牌大曝光，结合奥运精神和内容传递品牌正形象，最终强化阿里和奥运会的关联心智。

## 如何稳夺流量、心智金牌？

### 曝光夺金

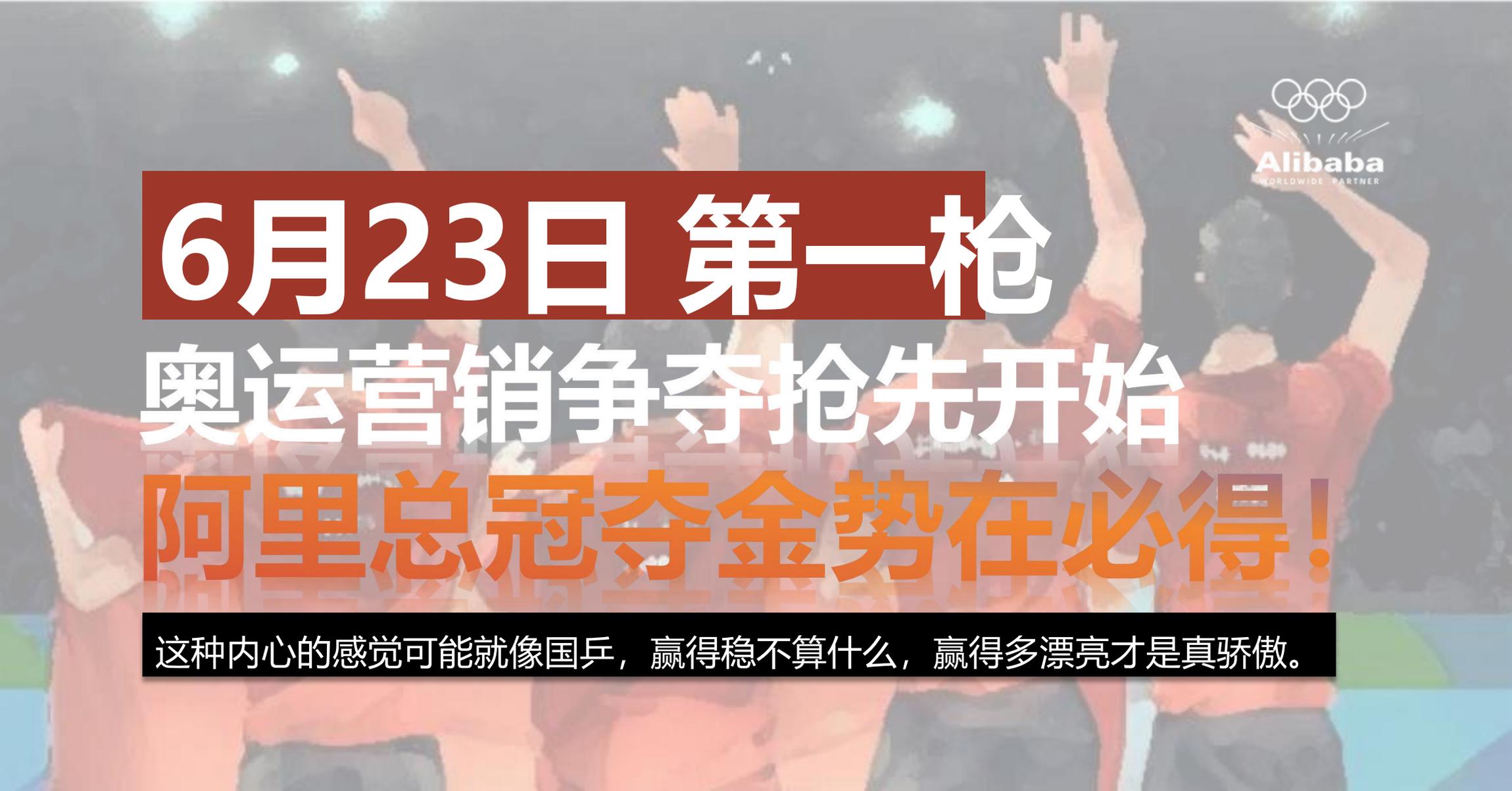
阿里独占双主话题#奥运会#  
#东京奥运会#、奥运热门流、  
奥运专题页，强势曝光阿里  
为“中国队加油”心智。

### 热搜夺金

奥运自带热搜体质。通过  
“突发热点”热搜合作，灵  
活的在第一时间从热搜抢占  
用户心智。

### 运营夺金

全程联合专业体育运营，把  
控和挖掘奥运热点势能，并  
配合多方资源助推，最大化  
释放阿里奥运营销价值力。



**6月23日 第一枪**  
**奥运营销争夺抢先开始**  
**阿里总冠军夺金势在必得!**

这种内心的感觉可能就像国乒，赢得稳不算什么，赢得多漂亮才是真骄傲。

**阶段一：** 6.23打响奥运营销第一枪：双话题、奥运流、奥运专题页上线；运动员KOL等粉条投放。

奥运会倒计时30天之际，阿里巴巴正式拉开营销序幕，三大冠名资源上线，植入传播品牌信息。同时首支品牌视频上线致敬奥林匹克精神，粉丝头条扩散传播。



## 独占双话题：阿里/天猫品牌心智持续影响

15:09

#奥运会#

215.3亿+  
话题曝光

#奥运会#

@阿里

【希望】

希望  
14亿人一起

#奥运会#  
阅读11.5亿 讨论177.7万 详情>  
主持人: 围观奥运会

导语: 2020东京奥运中国代表团强势出征, 让我们为中国队加油! 希望是光, 希望有你, 一起上线为中国队加油! 你的加油就是他们的希望之光!

综合 实时 热门 视频 图片 问答 +

品牌视频

为中国队加油

希望有你



17:22

#奥运会#

阿里巴巴

云徽章为记者加油

17:13

#奥运会#

阿里巴巴

东京2020奥运会

【加油】奥运会

阿里巴巴

17:07

#东京奥运会#

284.7亿+  
话题曝光

#东京奥运会#

@天猫

【加油】

天猫

#东京奥运会#  
阅读139.8亿 讨论1243.9万 详情>  
主持人: 微博体育

导语: 东京奥运会大幕已经揭开, 中国健儿在夺金路上蓄势待发, 怎么能少得了我们的呐喊助力! 一起为中国队的梦想加油打气吧! 全民上场, 加我一个!

综合 实时 热门 视频 图片 问答 +

中国加油

置顶

天猫

超厉害的“大惊喜”重磅来袭! 歌坛两大实力唱将@孙楠和@卡布叻\_周深作为天猫活力加油官, 共同演唱2020年东京奥运会天猫主题曲《中国加油歌》。朗朗上口的歌词和热情激昂的旋律化作振奋人心的力量, 送去我们对中国奥运健儿的祝福! 让我们伴随中国加油助威传递的赠礼和力量, 一起为中国队加油!

已关注

和11198377人一起讨论



17:08

#东京奥运会#

中国加油歌

16:59

#东京奥运会#

天猫

微博体育

天猫

**阶段二：7.24 奥运开幕，几乎每天都有阿里集团品牌曝光，伴随热搜话题登榜。**

通过专业的运营策略和把控，确保快速匹配客户需求的热点话题。阿里两大业务倾向话题点稍有区分，阿里→更倾向“奥运精神”相关话题合作，天猫→更倾向“夺金突破”相关话题合作，基于此向诉求：

## 热点预判

通过对热点分层策略，从三个落脚点分别抢占话题：第一落脚点-中国夺金、第二落脚点-奥运精神、第三落脚点赛事花边。其次对赛事热点进行了细致的梳理盘点，夺金点情况分析、明星运动员话题点、夺金风险预判、预估话题数量等

01

## 热点匹配

话题上线执行期间，除了紧跟热搜榜动态，提前抢占有可能爆发的热点话题外，也会根据客户重点关注的话题方向，提前预设话题词，确保热搜话题的成功率，以及与客户需求的匹配度

02

## 热点监控

话题上榜后，联动账号资源等热议刺激话题高位上榜，并实时监控用户舆论走向，跟进热搜登榜后的用户反馈等

03

## 热点优化

后续对登榜话题进行梳理分析，与品牌匹配度、上榜时长、上榜位置等，不断提高话题登榜质量和效率

04





**1 预判**  
热点热搜

**2 匹配**  
品牌调性

**3 手速**  
抢主持人

**4 植入**  
品牌内容

**5 助力**  
热搜登高位

**6 持续**  
品牌借势曝光

提前了解奥运会

明白客户的期待

拼过其他竞争对手

头图、导语、博文

持续带动话题热度

热搜持续在榜曝光



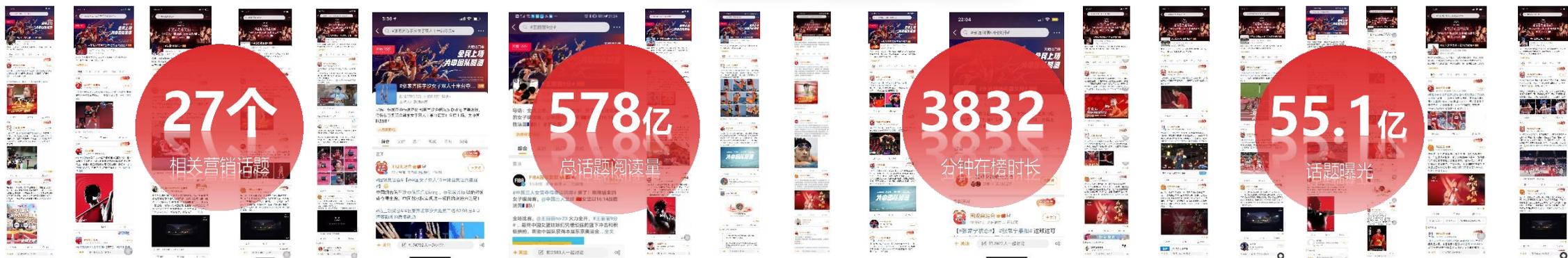
阿里-奥运精神

天猫-突破和夺金

和央媒/官媒/垂类账号争夺



运营账号及其他KOC等响应带话题引导讨论



强势曝光  
热搜天天见

55.1亿+

热搜话题曝光量



19个

热搜登榜

68%

进入TOP10

3832分

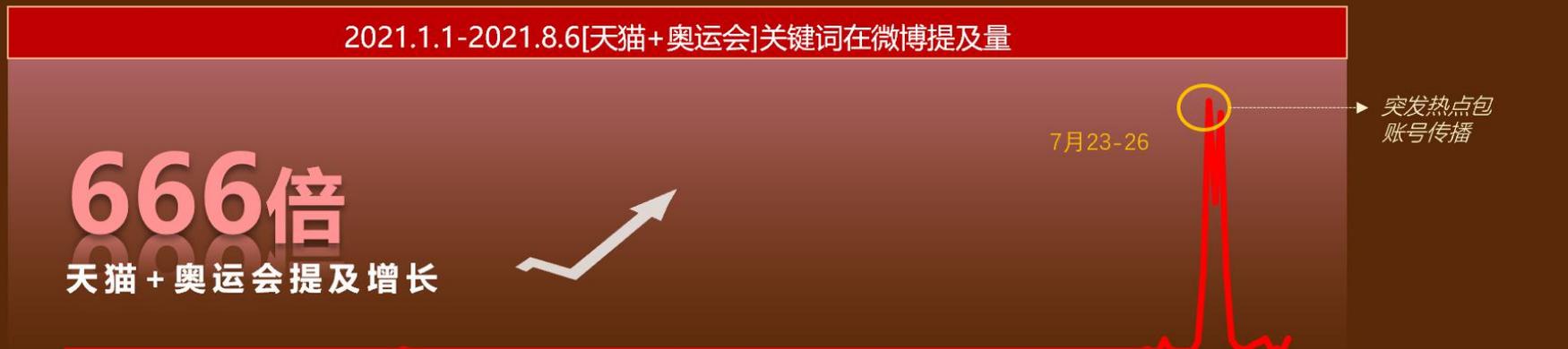
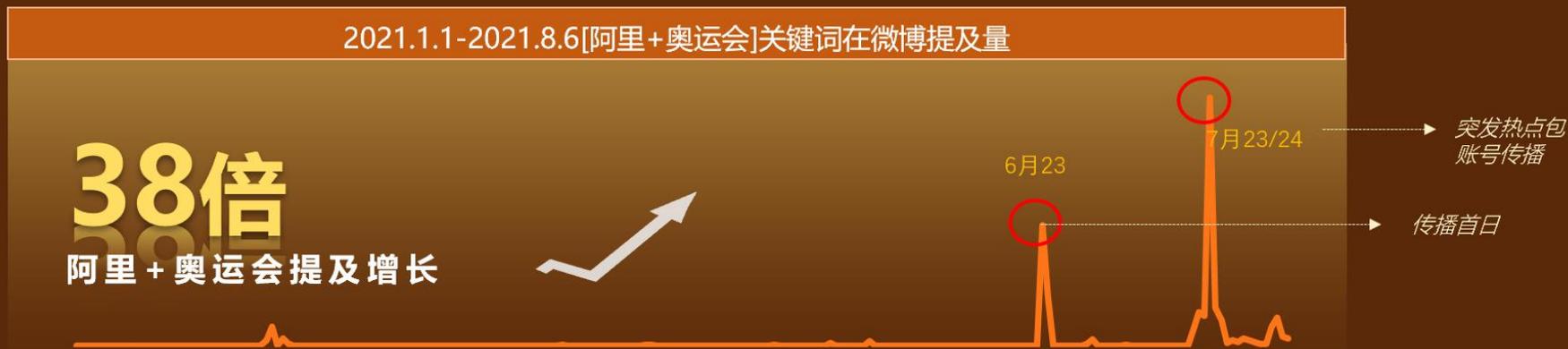
累积在榜时长

奥运期间7月24日——8月6日，几乎每天都有热搜上榜！



## 品牌声量激增

借势热点营销品牌奥运会心智大幅度强化，同比营销前提提及量强势增长



# 兴趣人群扩容

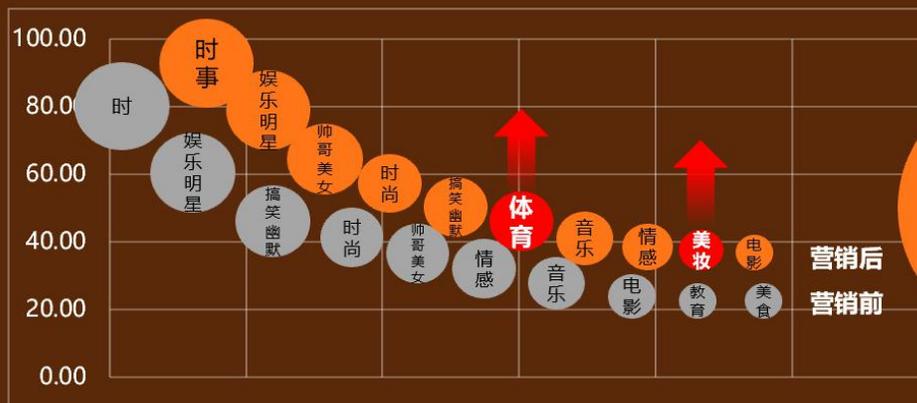
天猫/阿里奥运会兴趣人群高倍数增长，更多用户get到品牌和奥运的关联

[阿里+奥运会][天猫+奥运会]兴趣人群，对比营销前实现高倍数扩容



# 官微资产优化

@阿里巴巴@天猫 官微博文阅读/互动增长，粉丝兴趣圈层向体育转移



营销后  
“体育”  
“美妆”  
官微粉丝兴趣凸显



营销后  
“体育”  
官微粉丝兴趣凸显

# 心智认知清晰

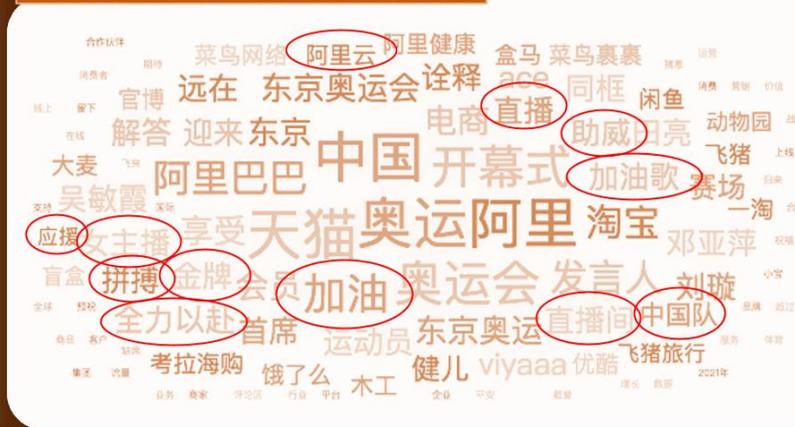
品牌社交认知营销后呈清晰/多元化，用户精准感知阿里奥运营销核心内容

营销前-阿里+天猫+奥运会词云



清晰化  
多元化

营销后-阿里+天猫+奥运会词云



- ◆ 营销前品牌奥运会相关词云，多为赞助相关的动作如合作/启动/主持等，以及其他赞助品牌相关
- ◆ 营销后词云表现呈现强烈的品牌关联性，如阿里云/直播/主播等；品牌营销关键词加油歌/助威/中国队等

品牌奥运相关高频热词：在TOP30热词中拥有高占比，品牌核心宣传利益点成功释放



直播、转播、科技、阿里云、云上、obs等



夺金、加油歌、主题曲、品牌、代言人、好礼等

## 没想到吧！它比五环多一环~ 阿里技术多次自然热搜上榜！品牌好评口碑如潮！



#巴赫感谢中国技术#

#奥运会将首次采用阿里云支撑全球转播#

#东京奥运用中国云设备防中暑#

#中国打造全球首个奥运云徽章#



#奥运会将首次采用阿里云支撑全球转播#

#中国打造全球首个奥运云徽章#

三分热度不存在：中国的技术是不用质疑的，相信中国  
08月03日 16:16

智商高不谈感情的人：身为中国人，我真的感到很骄傲，很自豪  
08月03日 16:10

龚俊和张哲瀚的粉丝928：永远相信中国科技！中国造，放心要！  
08月03日 18:05

三叶阳光的美好：防中暑还得用我们中国的云设备，真好！  
08月03日 16:11



“贯穿奥运观赛全周期，阿里巴巴集团联合媒体体育运营通过专业视角挖掘预判热点话题，通过差异化的内容植入抢占用户观赛第一落点。而采取更灵活的方式，比如用周期更短的社交网络传播，这样能随时应对潜在的不确定因素，实现奥运全周期持续高曝光，让品牌持续积累用户强关注和价值观共鸣。”

中国健儿创造历史，让亿万国人惊喜，燃起了这个夏天！

#一起为中国队加油#！