

Video Convergence and Production

18 November 2009

Moderator:

Eric Ng, Chief Innovation Officer & Head of Global Clients, AGENDA

吴享兴 --安捷达 全球客户总监 及 首席创新官, 安捷达

Panelists:

Yu Hong, Digital Director, Intel China

于洪 -- Intel中国区互联网市场总监

Chen Hua, e-Business Manager, General Motor

陈华 -- 上海通用汽车 数字营销经理

Frank Wei, VP Operations and Executive Asst to CEO, Youku.com

魏明 -- 优酷网 运营副总裁兼总裁助理

Jordan Khoo, APAC Sales Director, Eyeblander



Yu Hong, Digital Director, Intel China

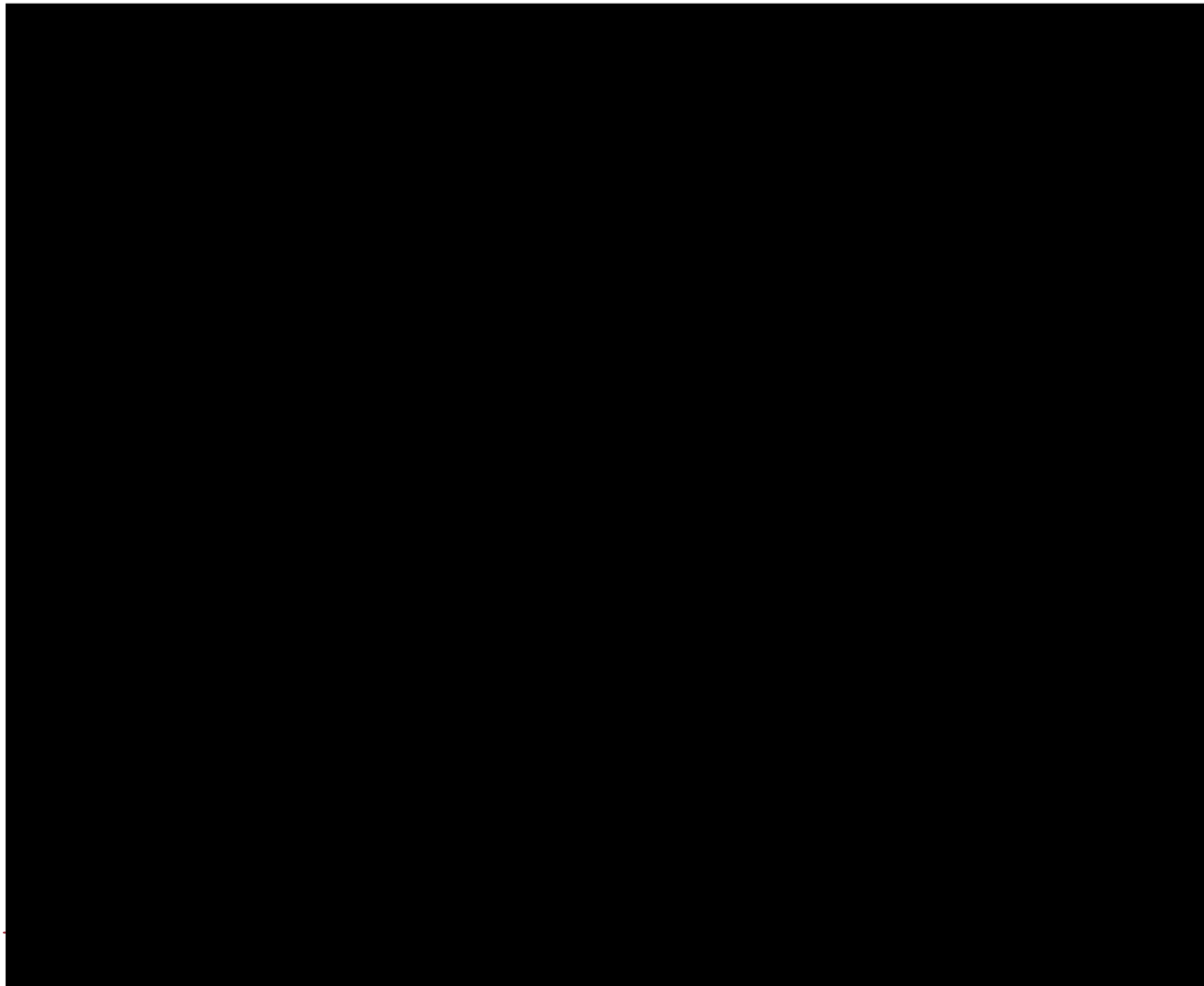
于洪 -- Intel中国区互联网市场总监



Chevy Cruze Test-drive Campaign

Chen Hua, e-Business Manager, General Motor

陈华 -- 上海通用汽车 数字营销经理



Chevy Cruze Test-drive Campaign **ad:tech** beijing 北京



·各城市试驾注册人数：

广州 623

成都 515

上海 1,754

北京 1,751

·Plays of viral videos：

(男人篇) 播放数为：**1,711,594**

(夫妻篇) 播放数为：**441,108**

(烟花篇) 播放数为：**1,115,724**

(抽桌布篇) 播放数为：**6,205,53**

(洞洞墙篇) 播放数为：**12,481**

(网球篇) 播放数为：**183,754**

<http://cruze.chevrolet.com.cn/testdrive/>



这是雪佛兰科鲁兹Cruze轿车上市前的预热活动。活动时间为09年2-4月份。活动的背景为：

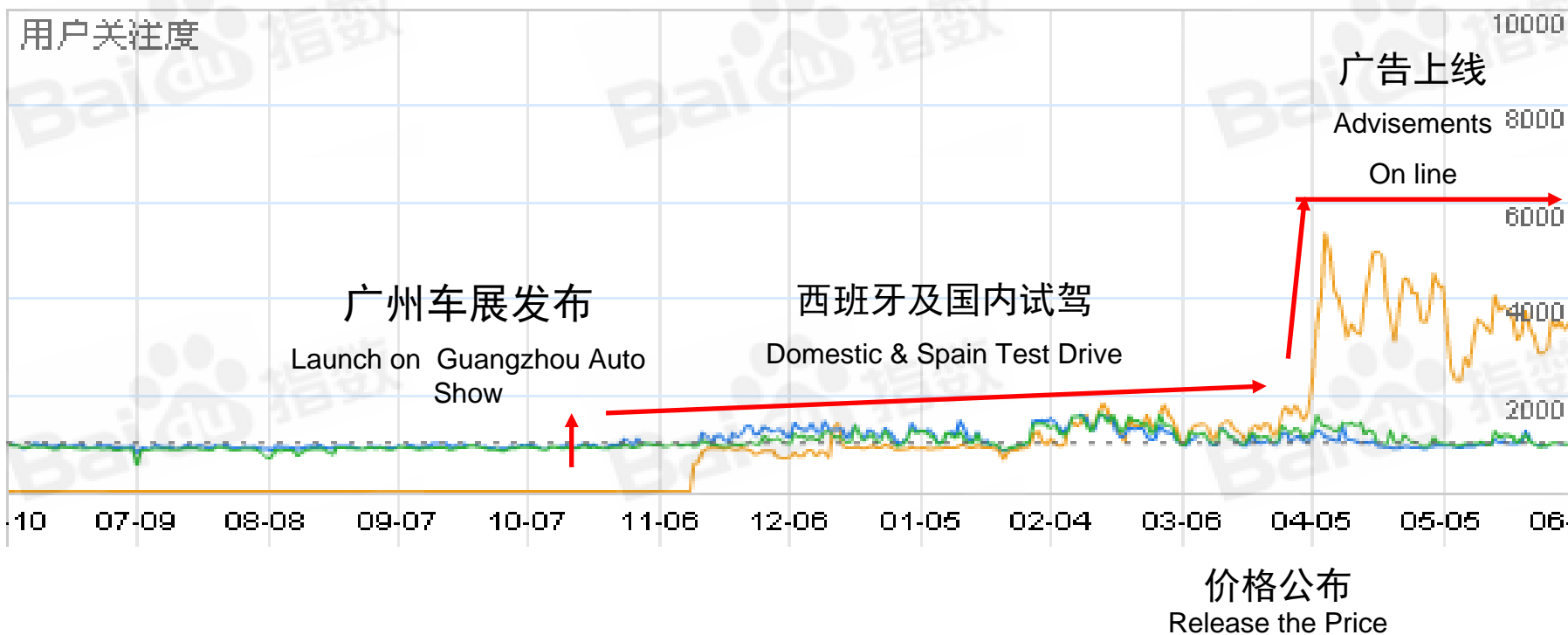
- 1.在科鲁兹正式销售之前，在广州、成都、上海、北京，各设置一场抢先体验试驾
- 2.本次活动的目的，不仅要为试驾活动进行招募，同时希望借此传播科鲁兹的知名度和产品操控性

于是，我们做出了如下活动设计方案：

- 1.拍摄6条系列Viral Video，以确保传播性
- 2.将视频放在优酷服务器上，官网服务器只是做引用，以减少官网服务器带宽占用
- 3.由于每个城市只有120个试驾名额，所以启动了视频传播排名机制：
 - 每个注册用户，可以将自己的专属视频链接发给朋友
 - 朋友完整观看视频之后，此用户可获得加分
 - 每个城市按照视频传播得分，排出前120名，参加当地城市的科鲁兹试驾
 - 优酷除提供带宽保证之外，同时对视频进行计数
- 4.后期由于访问量太大，干脆将整个官网服务器，都置于优酷机房，由优酷来保证带宽

Launch Result Evaluation- Baidu Index

●科鲁兹 ●卡罗拉 ●福克斯



- 经过上市前的系列互联网活动，科鲁兹的关注度已经和主要竞品的关注度一致
- 在4月9号价格公布的当天，科鲁兹的关注度远超竞品，并一直保持到现在
- 从4月10月，科鲁兹总销量已经超过6万辆，已经超过整个09年的目标
- 目前客户购车，需要等待2个月左右



Frank Wei, VP Operations and Executive Asst to CEO, Youku.com

魏明 -- 优酷网 运营副总裁兼总裁助理



网络视频媒体为广告主带来什么？

Online Video Marketing Solutions include :

TV-like E-marketing solutions 电视营销方案

Cross-media E-marketing solutions 跨媒体解决方案

Web E-marketing solutions 互联网营销方案



热播剧：利用电视及网络热播剧，提供品牌广告植入机会，对于广告主品牌形成有效的二次传播。



自制网剧：提供品牌赞助与产品植入，巧妙传递品牌信息，并引发网友主动传播



超长TVC、广告花絮

在线上再传播，可实现跨媒体整合效果

康师傅 绿茶
健康好心情

OFFICE
嘻哈4重奏

优酷

第一集
第二集
第三集
第四集
第五集
第六集
第七集
第八集

倍两叶一心甘醇
天然蜂蜜 原山
茶多酚 健康

00:00:09.02

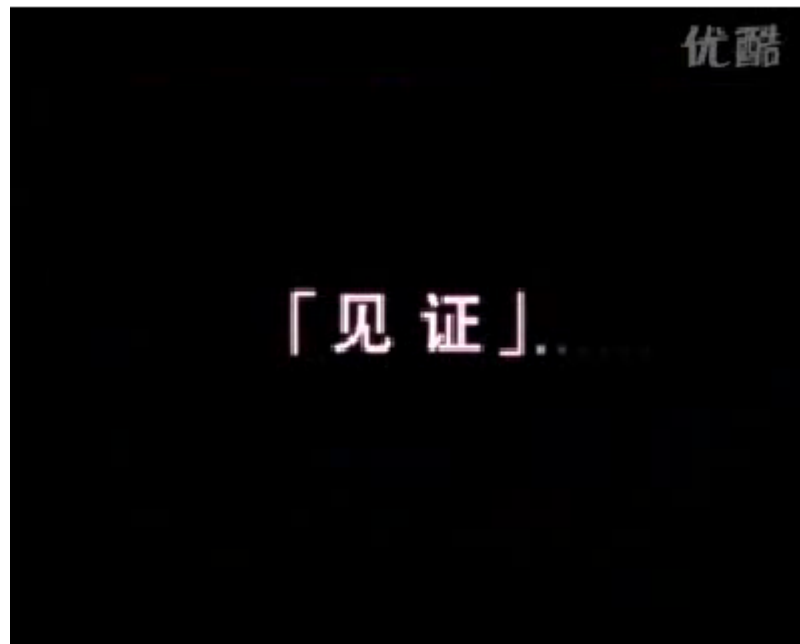
办公室零食之战《嘻哈4重奏》08大结局 播放: 2595331 参与评论

嘻哈4重奏：一部引爆眼球的网剧！

在优酷，汇聚超过3000万的超高人气！

互联网历史第一次全互动网络直播演唱会





累计观看人次：

6

,

5

1

1

,

5

7

7

相当于65场10万人鼎级演唱会观众规模，
创造中国网络演唱会参与人数之最！



Widget video ad



Purpose Shot video ad



Challenging the norms



Measurements

- ▶ Reach
- ▶ Frequency
- ▶ Video plays (initiated, auto-plays)
- ▶ Video play length (25%, 50%, 75%, 100%)
- ▶ Custom video Interaction
- ▶ Pass along rate (video sharing rate)
- ▶ HD Play rate

