



百度营销20周年成长案例大赛

# 如何打造&包装一个好案例

# 为什么报选一个奖项



总结营销活动成果  
对过往工作的深度梳理和总结



传递企业营销价值  
向行业输出企业的营销优势



收获行业奖项荣誉  
来自行业的认同和荣誉



加强服务品牌连接  
为服务客户带来更多溢出效应

向内寻求提升

向外寻找增长



## 参与行业奖项的三个阶段



选奖项  
选类别  
选作品

包名称  
包内容  
包呈现

传荣誉  
传作品  
传价值

如何更深入地了解奖项？

参赛前

了解大赛属性

掌握大赛动态

研究成功案例





## 参赛类别如何选择？

### 一个参赛作品仅可 报送一个类别

既凸显每个案例的亮点和核心价值，  
又避免同一作品在多个类别中出现  
而重复获奖，赛事含金量高。

VS

### 一个参赛作品可 报送多个类别

多范围多维度展示案例内容，增加  
获奖几率。

哪个类别代表案例核心营销方式？

案例包含多种营销形式时，更  
希望体现哪种形式的优势？

报选哪个类别获奖几率更大？

非案例类



公司类

互联网媒体/平台类

人物类

品牌类

系统/工具/平台类

团队类

新增类别

整合营销类

社会化营销类

创意传播类

移动营销类

公益营销类

电商营销类

智能营销类

视频营销类

话题营销类

跨界联合营销类

体育+数字营销类

下沉市场营销类

出海营销类

效果营销类

直播营销类

IP营销类

大事件营销类



金鼠标数字营销大赛  
参赛类别





## TMA移动营销大奖参赛类别

### 案例类

创意类

技术类

效果类

互动体验类

展示类

内容营销类

整合营销类

电商营销类

直播营销类

大数据营销类

短视频营销类

创意H5营销类

娱乐营销类

公益营销类

场景营销类

跨界营销类

客户体验类

IP营销类

私域营销类

小程序类

### 非案例类

公司类

品牌类

人物类

系统/工具/平台类

合作类

# 如何挑选参赛作品？

## 回归案例本身

哪些案例代表了企业/平台最核心的优势和亮点，并在具体营销过程中帮助品牌收获了良好的效果。

## 携手客户共赢

品牌营销案例除了好的效果之外，在所处行业中具有指导示范意义，希望得到更多的传播度和行业影响力。

## 契合奖项特点

行业存在诸多奖项，聚焦内容、实效等不同维度，针对不同奖项的核心挑选参赛作品。



参赛中

# 一个成功的营销案例如何脱颖而出



名称：案例名称如何吸睛？

内容：案例内容如何撰写？

呈现：案例图片如何匹配？案例视频如何创作？

## 案例名称如何吸睛？

### 打好 “第一印象”分



- 案例名称最好在21个中文字内
- 运用简洁、富有高度概括力的语言，展示出整个案例的核心特色与亮点
- 可以包括活动主题、创新营销形式或亮眼数据等，同时体现广告主的名称也能创造不错的吸睛效果。

✓ 一“扫”两得，看百事可乐玩转AR营销实现跨界双赢

一“扫”两得，看百事可乐营销实现跨界双赢  
注：让标题凸显营销特点

✓ 三只松鼠“一款苏东坡亲自代言的月饼”

一款苏东坡亲自代言的月饼  
注：让标题显示广告主更吸睛

✓ 梵高的秘密——vivo NEX 3无界艺术展

vivo NEX 3无界艺术展  
注：加入活动主题让标题更生动



## 案例内容如何撰写？

# 营销案例“故事化”表达

宜

忌

### 营销背景

▶ 品牌传播及营销背景介绍，行业发展背景，面临的营销困境及挑战等。

简洁概括

长篇大论

### 营销目标

▶ 营销传播所要实现的预期目标，整体目标或阶段目标。

切合实际

逻辑混乱

### 策略与创意

▶ 提炼策略及创意亮点。策略是创意的前提，创意是策略的延续，需要将策略的“说什么”体现为“怎么说”。

精炼，讲重点

过分表现  
与执行过程混淆

### 执行过程/ 媒体表现

▶ 分阶段描述策略与创意的落地执行，媒介的优化组合。

有条理  
有节奏  
够丰富  
有图有真相

无实际展示  
杂乱拼接

### 营销效果 与市场反馈

▶ 营销活动的具体效果及相关数据，以及来自广告主、业界专家、媒体、受众的反馈与点评等。

真实  
多维度  
用数据说话  
与目标呼应

数据虚假

# 案例图片如何匹配？

## 图片不在多 而在精



- 从背景到效果阶段，选择有代表性的图片配合文字阐述。
- 尤其在执行阶段，辅以代表媒体表现形式及创意执行相关的图片展示，可以令案例的执行过程细节更清晰。

善用图表

关联度高

质量精细



## 腾讯公益H5：我在秦陵修兵马俑

广告主：腾讯公益

所属行业：互联网

执行时间：2020.12.26-12.28

参选类别：公益营销类

### 营销背景

随着《国家宝藏》第三季的回归,《大秦赋》热播出圈,全民都在为大秦打Call。随着互联网时代的发展,秦陵博物院希望用数字创意的方式,与腾讯公益携手共同探索秦陵文化的数字传播之道,向年轻受众普及秦兵马俑背后的故事,让秦陵这一珍贵文化遗产,在互联网场景中活起来,受到更多人关注。

### 营销目标

探索文物圈粉新方式,让更多年轻人关注并喜欢秦陵文化。

### 策略与创意

说起秦陵,大家都会想到壮观的兵马俑,并且脑海中会浮现出一个完整的人物形象。但大部分人不知道的是,这“完整”的背后,究竟潜藏着多少修复工程?兵马俑从出土到展出,要经历多长时间?他们真的就是土陶色吗?会不会原本是有色彩的?种种疑问,只有一种人可以回答:兵马俑修复师。

让用户化身文物修复师,用一支专业、严谨,生动而不枯燥的沉浸式H5——《我在秦陵修兵马俑》,亲临兵马俑修复现场,与拟人化的兵马俑进行互动,体验身临其境的兵马俑修复过程,开启一场跨越两千年的文化之旅。

### 执行过程/媒体表现

#### Step 1: 深入修复工程,了解真实的修复知识

在这个H5中受众将深入参与兵马俑的修复工程,了解到真实的修复知识。为确保每一个知识点的准确性,制作团队翻阅大量相关资料,并在秦陵博物院老师的指导下总结而成的。



## 百事可乐X抖音, 扫蓝黑科技, 看我多热爱

广告主: 百事可乐

所属行业: 食品饮料

执行时间: 2020.06.07-06.27

参选类别: 移动营销类

### 营销背景



### 品牌挑战:

百事可乐作为知名品牌,近几年一直强调自身是“年轻人爱喝的饮料”这一市场定位,但食品饮料行业更新迭代极为迅速,不断有创新饮品&创新营销方式涌现。同时更多年轻的品牌也给百事可乐这样的百年品牌以很大的压力和营销挑战。如何稳定的获得年轻群体,尤其是Z世代的认可与共鸣,贴近他们从而提升品牌忠诚度,是百事一直在探索的问题。

### 洞察:

所谓Z世代,也是营销界一直关注的群体,CBN Data发布的《2020 Z世代消费态度洞察报告》显示,Z世代渴望不一样的趣味体验,渴望互动与表达,这是他们购物消费的源动力。而兼具互动、趣味,和功能性的产品,更容易赢得他们青睐

为此,2020年百事可乐从“热爱全开”,升级为极具情感张力的年轻心声——“看我多热爱”这一全新的品牌主张,希望激励和带领年轻一代把自己的热爱展现出来,提供舞台让他们有机会可以为热爱而肆意表达!

### 营销目标

如何通过有效的营销活动,将“看我多热爱”这一全新的品牌主张进行广泛的曝光,提升认知度,同时获得广泛年轻群体的积极参与,将品牌主张的理念深入人心。

最终因热爱而热爱,在众多的竞品中脱颖而出,让百事可乐成为年轻一代热爱的品牌。

## 2020 款全新捷豹 XEL 上市 - 百年伴「铝」

1936 年，捷豹首款量产车型 SS Jaguar 100 采用「铝」作为车身的主要材料；  
1948 年，捷豹正式提出「全铝车身」概念；

.....

2014 年，捷豹首次推出 XE 车型继续沿用「全铝车身」材质；  
2017 年底，捷豹 XE 车型正式被国产加长上市，并定名 XEL。

「全铝车身」逐渐成为捷豹最具代表性的标签。

2020 年初，全新捷豹 XEL 上市，整车采用轻量化航空级铝合金比例高达 75%，前后车身重量比接近 50:50，面向「初来驾到」的年轻人而量身订造，**在重新定义新英伦运动轿车的同时，立志要满足「玩物立志」的现代都市青年的生活需求。**



### 背景和初衷

企业背景：健康元旗下参茶保健品牌——**鹰牌**，诞生于香港，已有近50年历史，曾成功在内地推出第一款颗粒冲剂型洋参保健产品并获得良好市场反馈。

初衷：“健康中国”上升为国家战略，政府推进健康中国建设，大健康产业迎来新的发展机遇，“健康”成为消费升级重要动向。

### 营销传播目标

鹰牌花旗参亟需传播布局的年轻化升级，建立与年轻人沟通的场域，**焕新品牌活力。**

通过传播年轻化，**提升鹰牌花旗参“提神养身”功能在年轻群体中的认知以及好感度，传递鹰牌的关怀态度是这一次传播战役的主要目标。**

### 挑战和困境

随着互联网时代的到来，传播环境变得更多元化，碎片化。鹰牌的声音在这样的网络传播环境下**逐渐失焦**，品牌**缺乏与年轻人的沟通互动**，呈现出明显的老龄化，**严重影响了品牌可持续发展。**

### 策略与创意的实施过程

#### Step2:

- 线下快闪店-在深圳加班高峰期打造复古港式茶餐厅线下快闪店。
- 线上微电影-致敬生活，深挖“深夜茶摊”故事，打造“参活是一种苦的甜”主题微电影。微电影上线秒拍视频，引发加班族群共鸣。
- 社会化媒体矩阵，联动炒作，PGC、UGC全方位发声：  
联动微信平台自媒体大号—【深圳生活】、【生活Vision】、【深圳微时光】  
微博平台情感类大V—【一万颗甜甜圈】、【咪啫大叔】  
抖音平台探店类达人—【B浪深圳】、【小小与深圳】、【深圳吃喝玩乐】  
花式打卡深夜茶摊，创作二次传播内容，联合炒作冬日鹰牌带给加班族群的“参”夜关怀。

秒拍视频链接：  
<http://n.miaopai.com/media/irDCT3kSFU4n4mhj4QUh7YBpCR8UG0AT.htm>



## 丰富素材多渠道传播，构建品牌大声量

### 设计类



### 视频类





# 案例视频如何创作？

## 为案例添彩 视频承载形式更直接



案例如有相关视频，如结案视频、项目阶段视频、TVC等，可在提交作品时同时提供。视频可以帮助评委们在甄选时更直观、更快速地了解案例的精彩内容。

2-3分钟为宜

解读性旁白

适用其他  
平台传播

参赛后

## 延续奖项能量，传播企业营销价值



传荣誉



传价值



传作品

- 行业奖项背书，针对大赛获奖信息进行传播，增加企业在行业中影响力。

吸引企业客户关注  
带来更多生意增长

- 针对优秀案例，以获奖为契机，深挖案例背后的数据洞察、创意策略及执行亮点，加入品牌背书/证言，为品牌提供更深度的传播，实现共赢。





## 第12届金鼠标国际数字营销节,中国电信上海公司夺金



澎湃在线 4月26日

因为申报项目的独特性和创新性,在**金鼠标**国际数字营销节组委会的邀请下,上海电信在营销节论坛上做了主题为《5G之城,上海故事——此处电信5G已覆盖》的金奖案例分享,与数百位在场的行业人士一同分享了品牌营销的新思路与新模式。更懂上海...百度快照

## 爱点击实力斩获**金鼠标**三项大奖,引领2021数字营销新风向



手机凤凰网 4月27日

2021年4月22日-4月23日,以“重塑与新生”为主题的第12届**金鼠标**数字营销大赛在北京万达文华酒店如期举行。享有“数字营销风向标”之称的**金鼠标**,吸引了千余名两岸三地的行业大咖以及跨界营销精英的莅临,以前瞻的趋势洞察、鲜明的观点碰撞...百度快照

## 酷狗音乐人·星曜计划荣获第12届**金鼠标**数字营销大赛金奖



手机凤凰网 4月28日

2021年4月23日,被业界誉为“中国数字营销风向标”的**金鼠标**数字营销大赛在北京举行,酷狗音乐人·星曜计划项目通过成功打造多首现象级爆款,斩获第12届大赛“视频整合营销类”金奖。星曜计划突破圈层传播,屡次创新歌曲宣推策略,一年制造播放量...百度快照

## 飞书深诺斩获**金鼠标**5项大奖 引领出海数字营销风向标



手机凤凰网 4月26日

4月23日,第12届**金鼠标**数字营销大赛获奖名单揭晓。飞书深诺集团荣膺“年度数字营销影响力代理公司”称号,飞书深诺创始人兼CEO沈晨岗被评为“年度数字营销影响力人物”。除公司、人物奖外,凭借传播创意、技术创新、营销效果等多维度取得的...百度快照

## 原生动力揽获第12届**金鼠标**国际数字营销节3项大奖



金融界 4月26日

近日,2021**金鼠标**国际数字营销节颁奖盛典在京举行。原生动力数字传媒凭借在营销领域的突出表现,斩获了年度数字营销影响力代理公司、年度数字营销影响力人物以及效果营销类铜奖三大荣誉。**金鼠标**数字营销节是国内营销领域的专业赛事,素有“数字...百度快照

## 际恒锐智“超级幸福旅程”项目获**金鼠标**IP营销银奖



金融界 4月26日

4月23日,以“重塑与新生”为主题的2021**金鼠标**国际数字营销节在京举办,正式揭晓第12届**金鼠标**数字营销大赛获奖名单。国内知名商业营销咨询机构——际恒锐智传播集团获评“年度数字营销影响力代理公司”,并凭借轩逸x超级飞侠“超级幸福旅程”...百度快照



**蓝标数字**  
**斩获第12届金鼠标**  
**3金 3银 2铜**  
年度最佳数字营销平台  
最佳创意表现奖



**技术赋能营销**  
3C行业首个品牌社交快应用iQOO社区

**年度最佳数字营销平台**  
一场技术赋能青年用户运营实战  
洞察年轻iQOO用户  
让用户运营拥抱新思维、新技术



**iQOO社区小程序月均访问量700万**  
成功解决品牌和用户的需求  
为技术产品赋能品牌粉丝运营进行前瞻探索  
提供标杆案例



**创新赋能  
再获荣耀**

CHINA  
RAILWAY  
CONSTRUCTION  
REAL ESTATE

**[中国创·更美好]品牌营销战役**

**斩获数字营销界奥斯卡**  
第12届金鼠标数字营销大赛  
2021 GOLDEN MOUSE

**数字营销  
最具创新精神  
品牌奖**



金鼠标是金山国际广告节和美国莫比广告奖的战略合作伙伴。自2009年创办至今,致力于推动国内外数字营销行业的发展与变革,为国内外品牌营销提供了最专业的参考和借鉴。



**平衡有道  
美妈开秀**

部分商品 满299减150



**第12届  
金鼠标  
银奖**  
数字营销大赛 电商营销类

**美赞臣海外×雪花秀  
2020京东联合破壁营销活动  
平衡有道 美妈开秀**



idolidea 一多奇思



GOLDEN MOUSE  
INTERNATIONAL DIGITAL MARKETING FESTIVAL

获奖稿件

长图/海报





百度营销20周年  
yingxiao.baidu.com

*Thanks !*

祝大家都有好成绩！