

PR Newswire®

全渠道共振：

构建2024年全球品牌传播新策略

美通社 林春妍

PR Newswire Kat Lin



PARIS 2024





# 耐克奥运营销回顾

PR Newswire®

## 核心创意内容

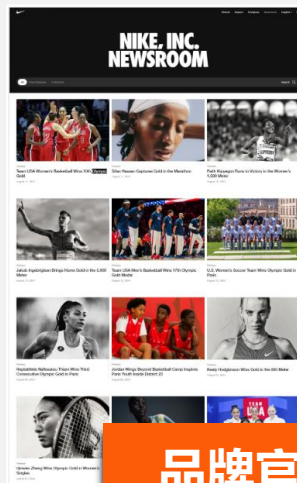


耐克奥运主题视频

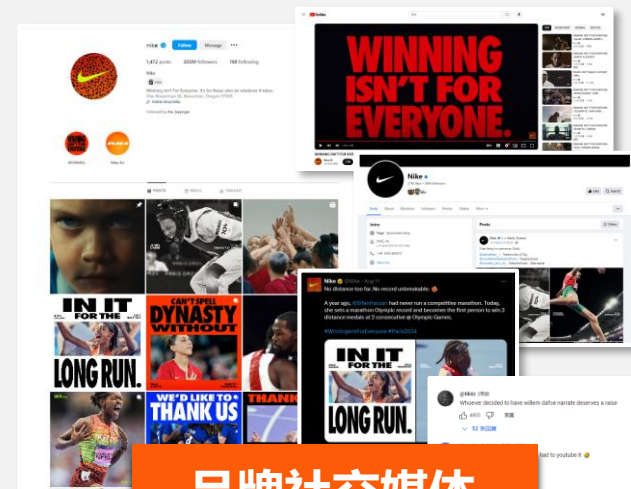
Winning isn't for everyone

X

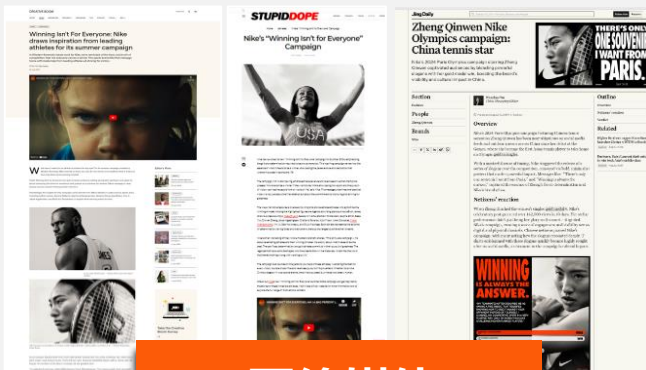
## 全渠道共振



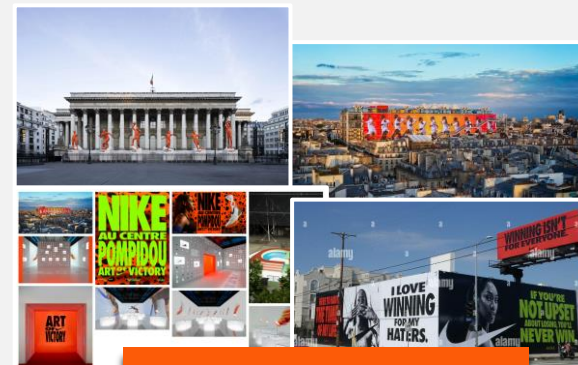
品牌官网新闻



品牌社交媒体



网络媒体



线下活动&OOH



品牌运动员海报

# 媒体渠道新趋势：NBC Universal



## 消费者在哪里 品牌故事就在哪里



TATYANA MCFADDEN  
GOLD MEDALIST  
TRACK & FIELD

1 Live action throughout the day, and a Primetime show with enhanced storytelling.



2 Peacock to stream every event LIVE and offer unique shows.



3 Digital partners will expand beyond highlights.



NBC环球集团是美国四大电视媒体集团之一，握有巴黎奥运赛事在美国的独家转播权。

全平台观众比东京奥运会增加了**82%**

社交媒体总浏览量比东京奥运会增加**791%**

- Instagram **4900%+**
- X **900%+**
- Facebook **600%+**
- TikTok (与上月比) **286%+**

# 媒体渠道新趋势：NBC Universal



**PARTNERSHIPS PUTTING OLYMPIC CONTENT**

**#WHEREFANSARE**

**1 IN 3** 的观众在观看奥林匹克赛事时，通过社交媒体进行互动。

<p><b>OLYMPIC CONTENT SHARED THROUGH FAN-FAVORITE FRANCHISES</b></p>	<p><b>IMMERSIVE GAME PLAY IN THE VIRTUAL NBC X TEAM USA PARIS OLYMPICS WORLD</b></p>	<p><b>CENTRALIZED OLYMPIC STREAMING NAVIGATION CENTER</b></p>
<p><b>OLYMPIC SERIES &amp; NEW AR EXPERIENCES</b></p>	<p><b>CREATORS &amp; NBC TALENT DAILY OLYMPIC COVERAGE VIA A HOSTED LIVE SHOW AND VIDEO POSTS</b></p>	<p><b>REAL-TIME OLYMPIC HIGHLIGHTS</b></p>
<p><b>HISTORIC OLYMPIC CONTENT, IN-GAME HIGHLIGHTS AND DAILY RECAPS</b></p>	<p><b>打破渠道壁垒，全渠道共振</b></p>	

今年 3 月，NBC Universal宣布首次允许广告商为巴黎奥运会和残奥会以**程序化方式**购买广告，更多中小型广告商能够展示他们的广告。



今年12亿美元的广告费用中，70%的广告商为中小型新客户，他们通过数字广告花费超过3.5亿美元。



“（关于NBC Universal的渠道变化），我认为这不仅与我们如何消费内容有关，还与谁在观看这些体育比赛以及我们如何在社交媒体上互动有关。受众观看了更多视频。我们知道人们有兴趣与体育影响者和创作者互动，其中许多人活跃在不同的平台上。”

-- eMarketer社交媒体首席分析师 Jasmine Enberg

## 跨平台互动变得越来越普遍

Cross-platform interaction is becoming increasingly common.

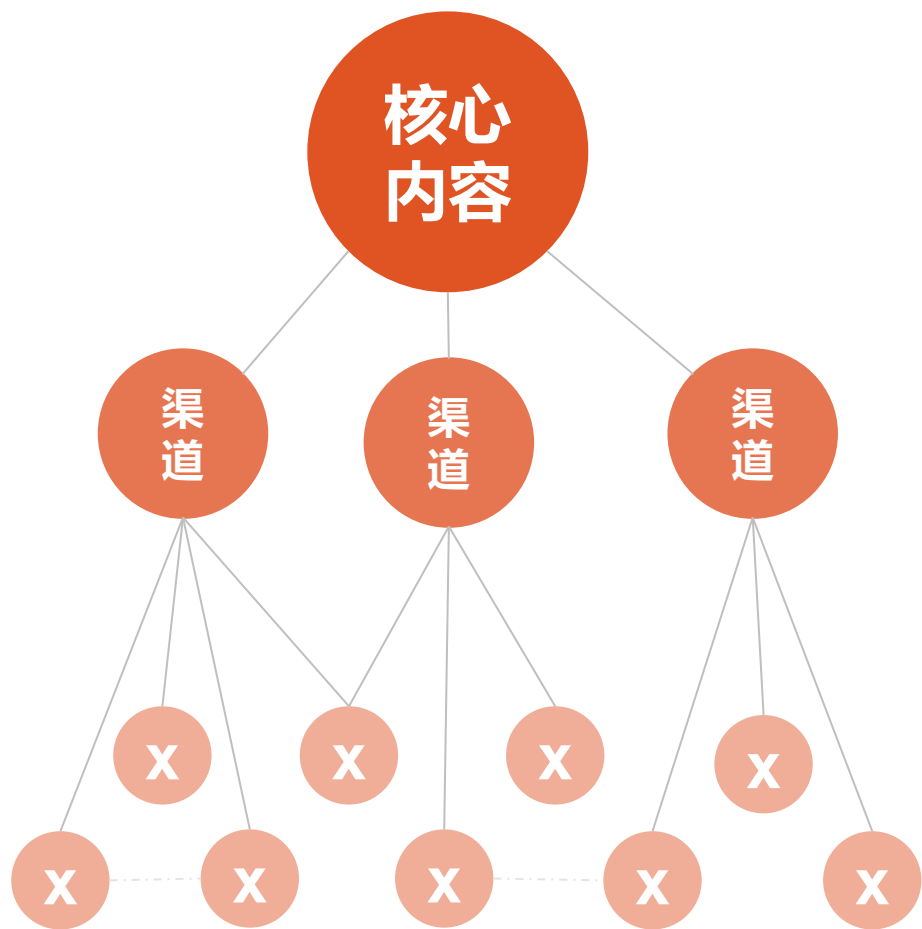
# 多渠道传播是未来营销的关键趋势

Multi-channel communication has emerged as a key trend for the future of marketing.

*“An either-or construct between paid, owned, earned, and shared is outdated in terms of where comms is now. The best communications programs are integrated.”*

—Tara Darrow, VP Corporate & Financial Comms, T-Mobile

# 典型传播策略：内容 X 渠道



内容洞察  
创意表达  
驱动共鸣

传播定调  
媒体背书

整合渠道  
受众触达



PR Newswire® **Bloomberg** *The New York Times*

**AP** **FORTUNE** **MARKETS INSIDER** **THE WALL STREET JOURNAL**





# 多渠道传播模型

Multi-channel Communication Model

品牌掌控内容的展示位置和方式。  
Brand controls where and how content appears. A key channel given the high degree of control.

- 品牌官网
- 官方新闻稿
- 品牌社媒
- 企业博客

通过社交媒体账号和网站分享内容，他人可以转发分享。受众更信任由他们信赖的人分享的内容。  
Content shared through social media handles and sites gives more credence to content.

- KOL合作
- 社媒分享
- UGC内容
- 社区论坛



**付费媒体**  
PAID  
Media

通常能够保证曝光或指定位置的展示，与目标受众建立联系，获取稳定的ROI。Connect with a target demographic to provide reliable ROI, especially guarantee views or placements.

- 数字广告
- 版面广告
- 户外大屏
- 电视广告



**自有媒体**  
OWNED  
Media



**赢来媒体**  
EARNED  
Media

内容经过第三方的客观筛选，可信度增加。  
Boost your credibility because your story is filtered through an objective 3<sup>rd</sup> party.

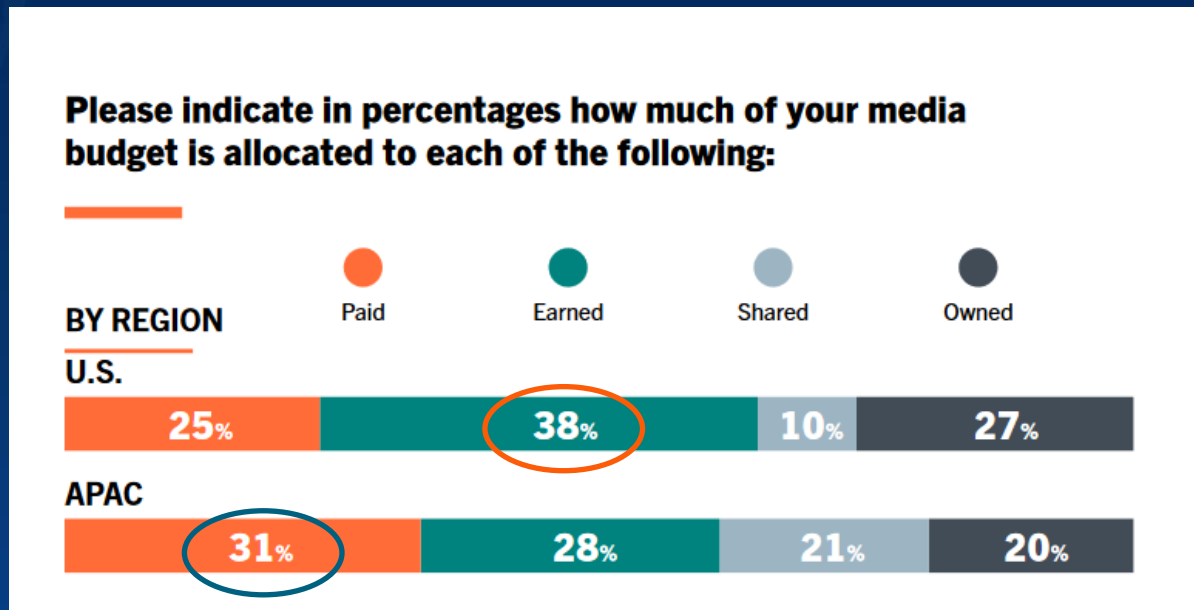
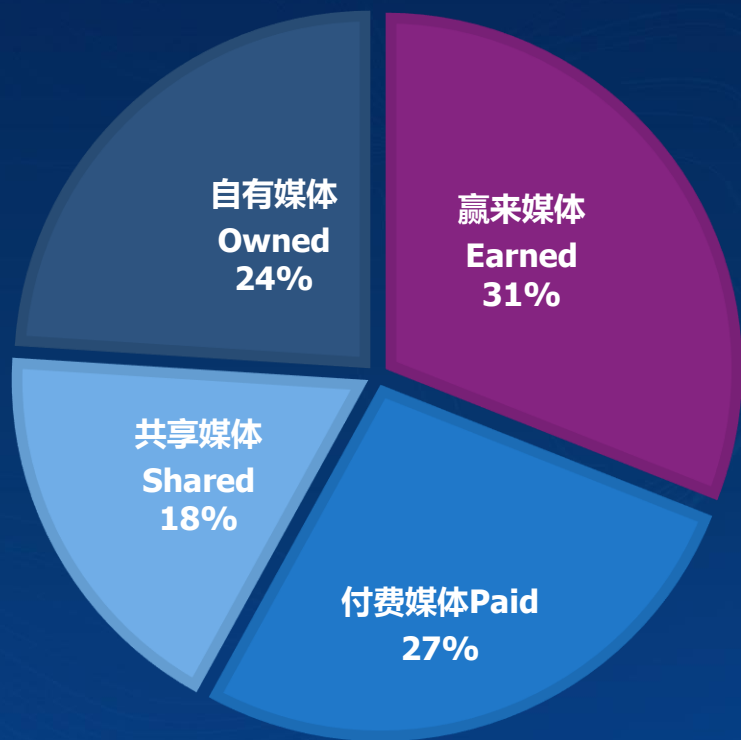
- 媒体报道
- 行业评论
- 顾客推荐
- 奖项荣誉



**共享媒体**  
SHARED  
Media

# 全球企业调查显示：企业在媒体渠道上的资源分配普遍采用多渠道整合的策略

结合付费媒体，赢来媒体，社交媒体，自有媒体的立体传播效应，提升品牌影响力



## 全球企业品牌媒体渠道资源分布

摘自2023年美通社全球企业传播报告

# “Press Release +” 策略

## 多渠道传播，高效传递品牌信息

### 赢媒体



美国听力协会：  
如何减少游戏对听力的影响

### 付费媒体



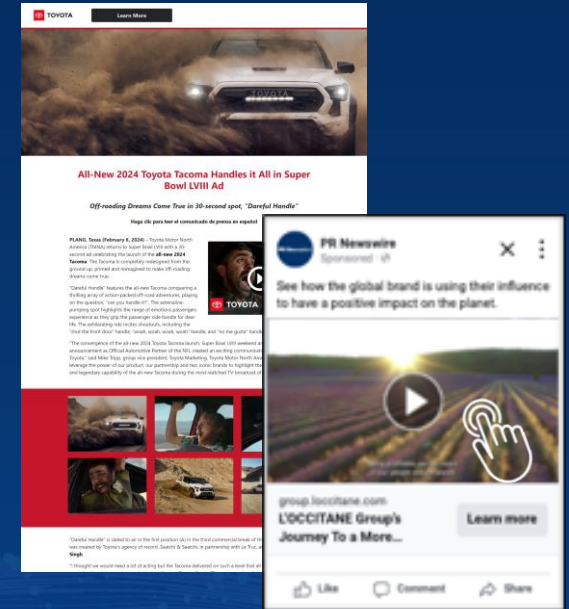
创意家居Transformer table：  
黑五营销获超千万观看

### 自有媒体



建筑商Clayton官方宣传片：  
持续增加对可持续能源的关注

### 共享媒体



丰田汽车 & 欧舒丹

# Press Release + 赢来媒体

Press  
Release +

赢来媒体

付费媒体

自有媒体

共享媒体

Build Brand  
Build Trust  
Deepen  
Relationships

NBC直接引述美通社稿件  
[press release on PR Newswire](#)



# Press Release + 赢来媒体

Press Release +

赢来媒体

付费媒体

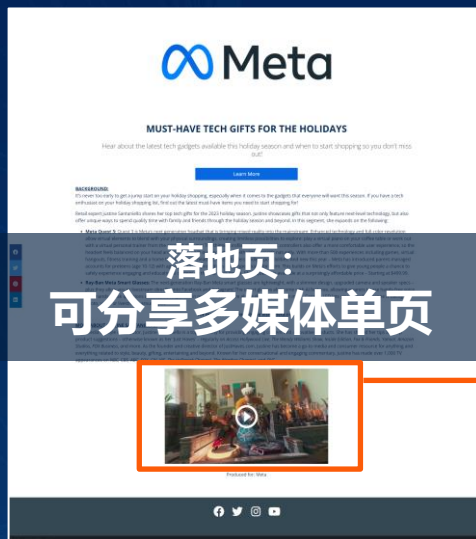
自有媒体

共享媒体

## Meta 推出 VR头显Quest 3

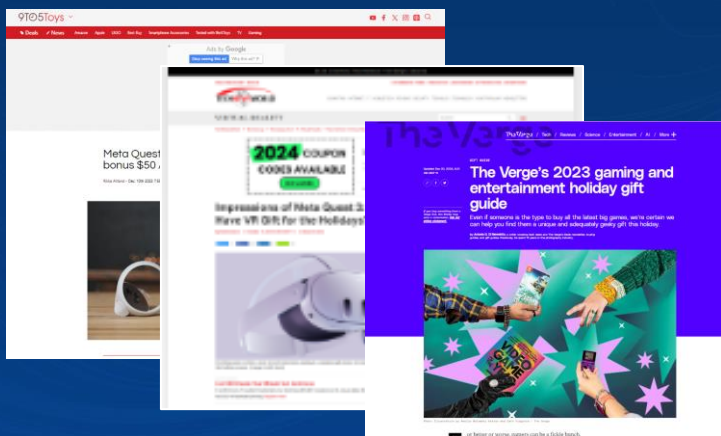


### 新闻稿：假日礼物推荐



### 落地页：可分享多媒体单页

## Meta视频：专家推荐+产品体验



# Press Release + 付费媒体

Press Release +

赢来媒体

付费媒体

自有媒体

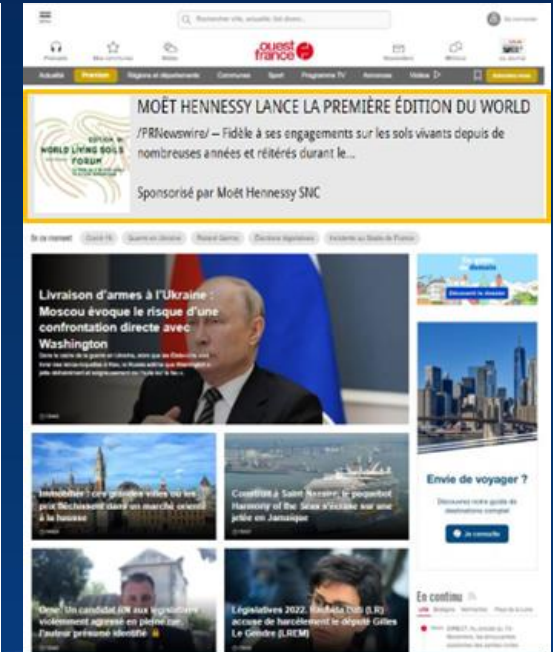
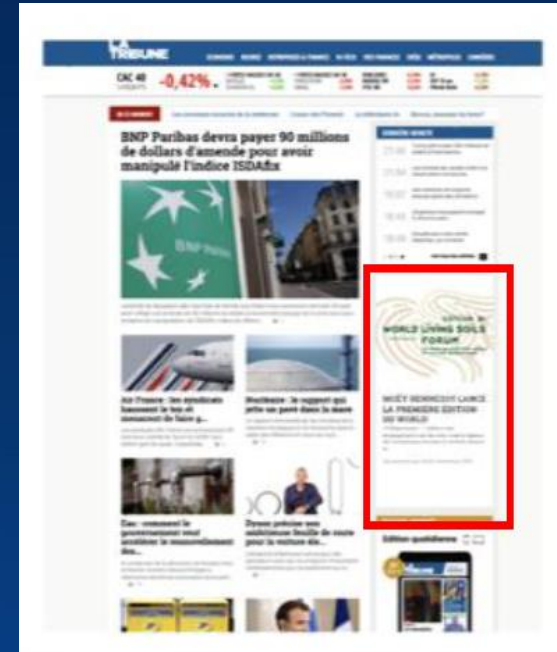
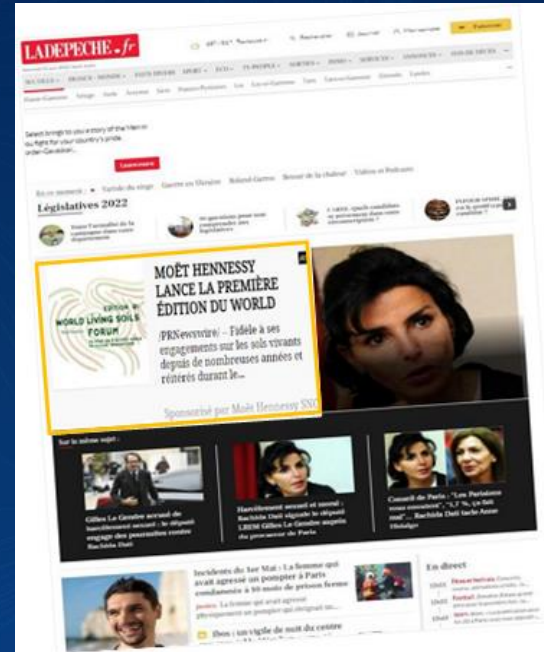
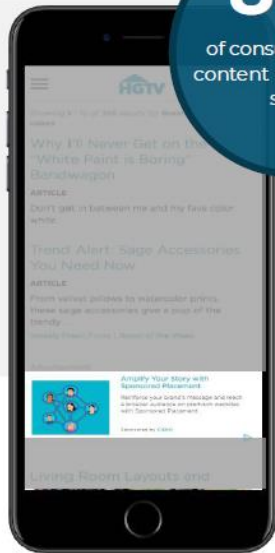
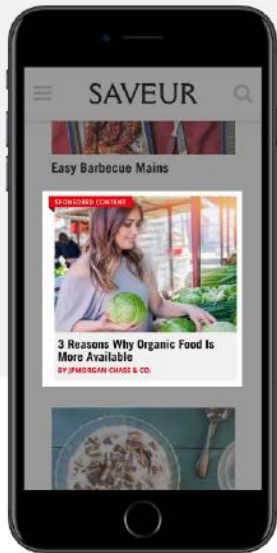
共享媒体

Featured stories on top-tier and high-traffic websites

Taking the Content Journey and Presence to the Next Level

81%

of consumers trust content on publisher sites.<sup>1</sup>



# Press Release + 付费媒体

Featured stories on top-tier and high-traffic websites  
Taking the Content Journey and Presence to the Next Level

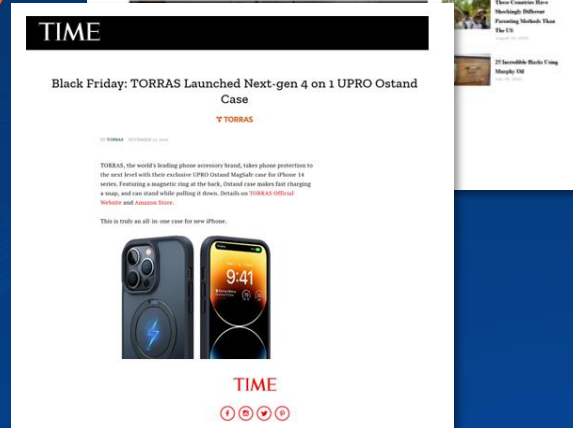
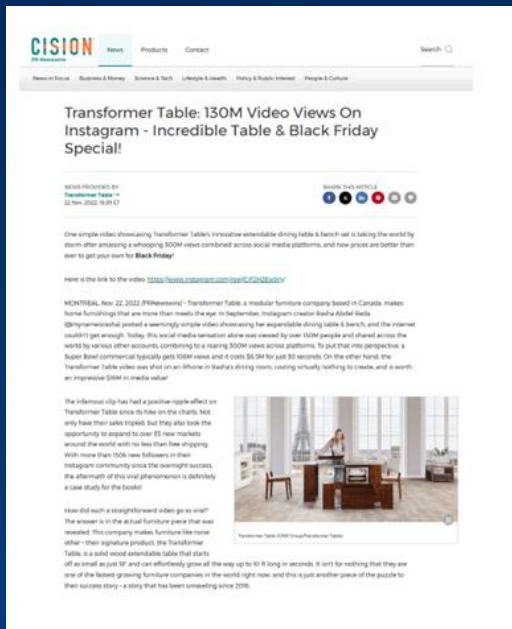
Press Release +

赢来媒体

付费媒体

自有媒体

共享媒体



黑五大促 Black Friday  
亚马逊 Prime Day  
稿件付费投放

**01**

**02**

**03**

标题 A/B Testing

English Creatives	Impressions
Save Big on [Product] Gear!	21,461
[Product] 20% Off on Amazon!	89,303
[Product] Best Amazon Deals for July!	73,144
New OpenRoad [Product] at \$135.99!	5,160
[Product] Biggest Amazon Sale!	33,976

# Press Release + 自有媒体

## 品牌视频传播是重要趋势

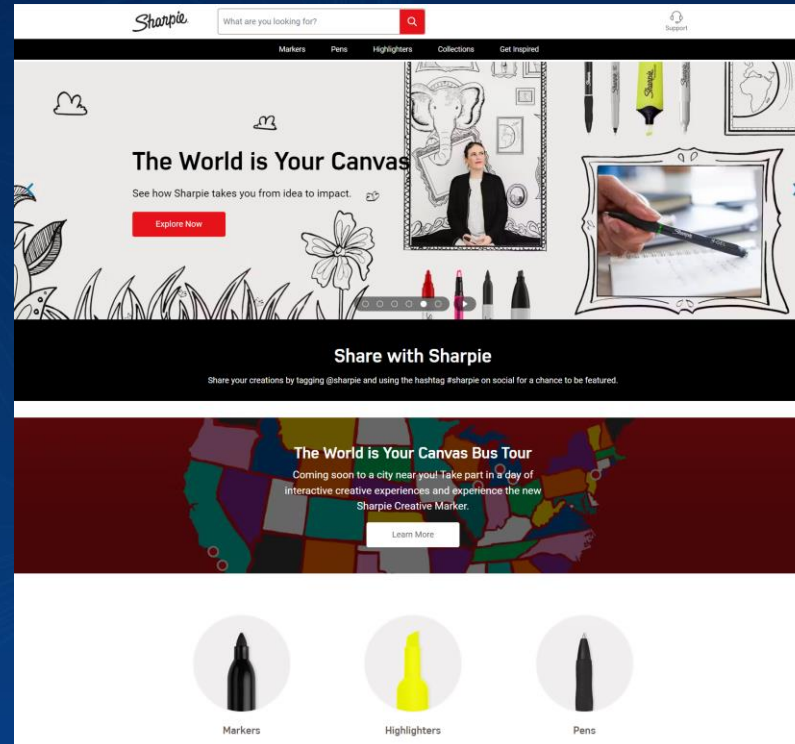
Press Release +

赢来媒体

付费媒体

自有媒体

共享媒体



彩色铅笔公司Sharpie官网  
活动上线

品牌视频快剪制作

多媒体新闻稿：品牌视频传播  
PR Newswire®



# Press Release + 共享媒体

将新闻稿转化为社交短视频在社交平台推广

Press Release +

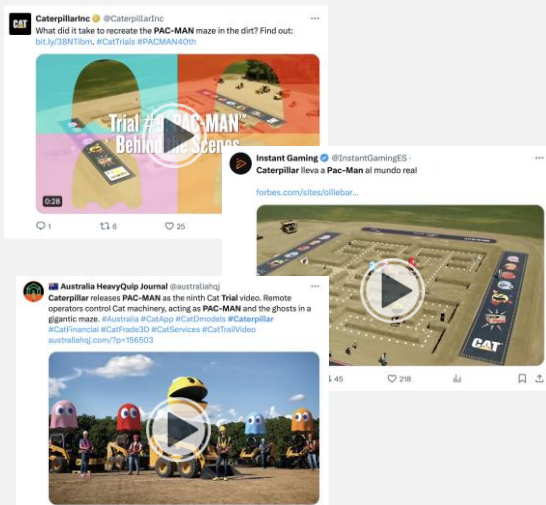
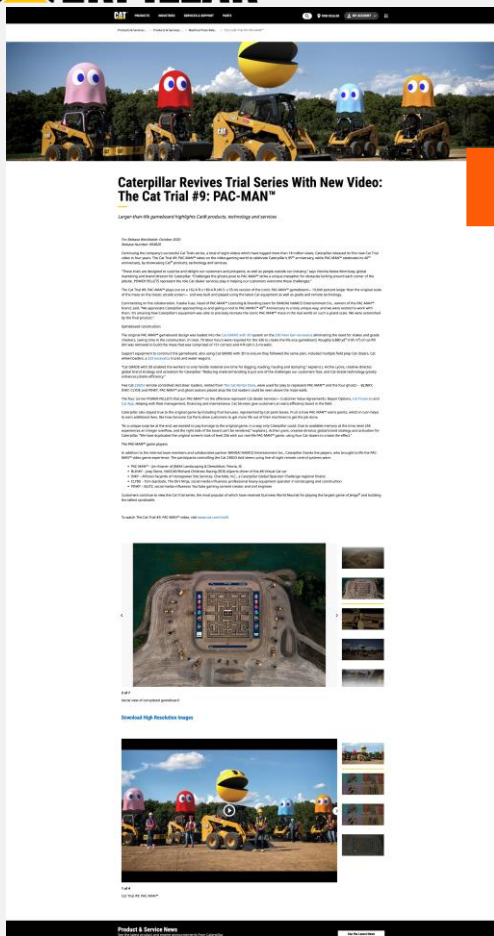
赢来媒体

付费媒体

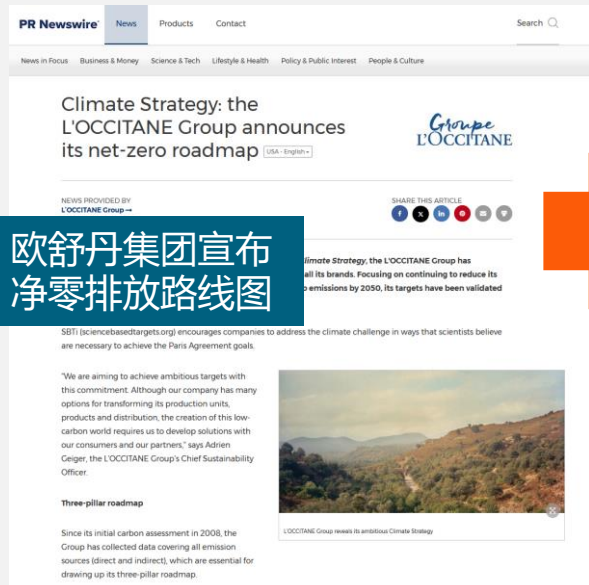
自有媒体

共享媒体

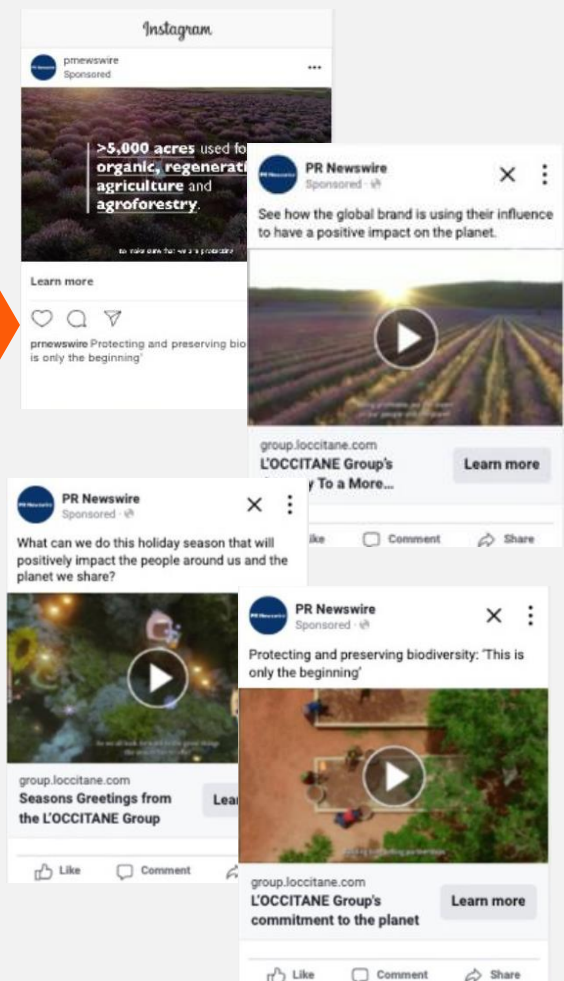
## CATERPILLAR



卡特彼勒“吃豆人”游戏在社媒分享，帮助品牌破壁出圈



制作ESG系列短视频，通过社交媒体覆盖全球推广，吸引目标受众互动，达成超20万视频浏览量



# 郑中设计30周年庆 海外多渠道传播案例

2024意大利米兰国际家具展期间，国际顶级品牌酒店室内设计品牌郑中设计（CCD）举办30周年庆典活动。作为品牌标杆性传播节点，不仅需要策划品牌新闻，官宣庆典内容，更要精准触达海外重点媒体与受众，并推广本地活动宣传视频，通过多元角度叙事，整合立体的海外多渠道传播，实现传播效果最大化。

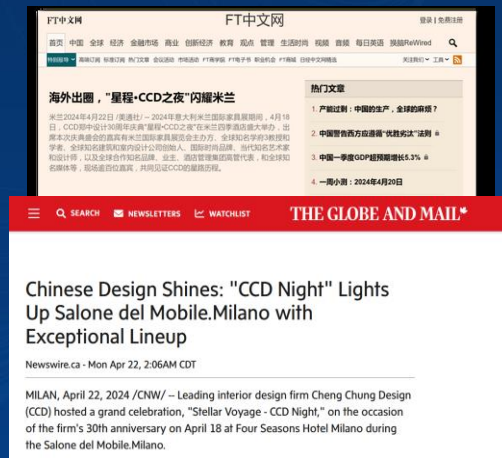
## 自有媒体

美通社海外传播团队，围绕品牌传播诉求，策划撰写中英文官宣稿件，传播定调



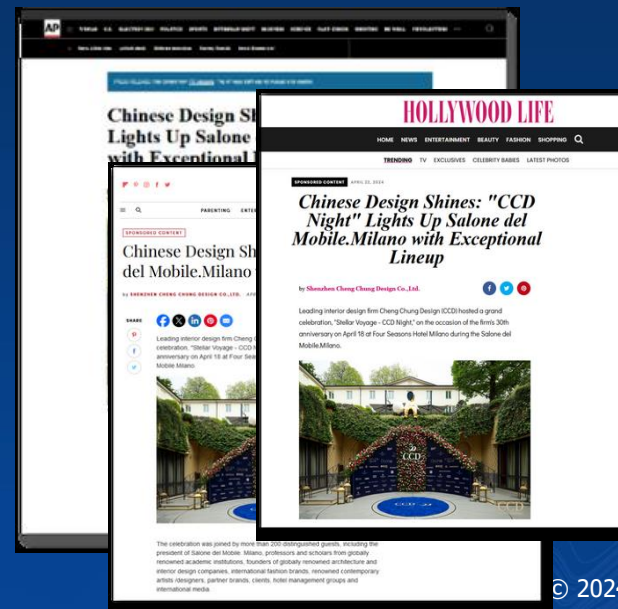
## 赢媒体

快速曝光 全球媒体第一时间转载报道  
媒体报道：**1300篇+**



## 付费媒体

重点突破 精准触达核心媒体  
高质量媒体曝光量近**20万**



## 共享媒体

视频推广YouTube视频点击量**6800+**



# 全渠道共振 Takeaway

01

## 洞察：多渠道传播

品牌需要跨越多个平台，通过不同渠道与目标受众产生共鸣

02

## “Press Release+” 全渠道共振

赢来、付费、自有、共享渠道有机结合，提升品牌力

03

## 多尝试

优化渠道配比、尝试新渠道，找到最符合品牌阶段和区域的最佳渠道配比效率

# 感谢倾听!

## 更多报告 欢迎浏览 美通社资源库



- 2024 如何撰写有吸引力的英文新闻稿
- 2024公关与传播内容策划日历（北美版）
- Cision 2024全球媒体调查报告
- 2023 海外ESG传播趋势报告
- 美通社《企业新闻稿写作案例书》