

CasperPunks证明NFT的营销投资回报率

Casper区块链上的第一批NFT开启了消费者参与和效用的新水平



伟大目标

为了庆祝Casper的第三个生日，我们的团队决定表彰一路陪伴我们旅途的社区，并为他们制作稀有的礼物。我们的想法是让整个社区有机会赢得第一批、稀有的CasperPunks NFT，并NFT.NYC上发布这个想法——年度最大的NFT活动。在Casper，我们不满足于现状，所以我们创建的NFT的效用超过了CryptoPunks设立的ERC 721 NFT标准。

“我们很高兴能在Casper区块链上开启第一批CasperPunks NFT的好处和效用，并为企业客户充分展示NFT的潜力。我们的每一个CasperPunk都嵌入了智能合约，这些智能合约内置有将版税和收入导向多个账户的能力。想象一下这种潜力吧！”

— Medha Parlikar, Casper Labs联合创始人兼首席技术官

挑战

- 在社交媒体平台通常不允许加密货币品牌开展付费媒体活动的情况下
- 如何有效提高Casper品牌的知名度和参与度？
- 如何激发Twitter上数字原住民的想象力？
- 如何向企业客户展示NFT在Casper区块链上的营销价值？
- 在短短的72小时内，如何将这一想法从概念推向市场？

我们如何提供帮助

Casper Labs设计了CasperPunks NFT，比赛吸引了9万名参赛者和3万次转发。

在没有媒体预算的情况下，Casper的Twitter的粉丝数量从7.1万增长到了11万。