

坚果 Pro 2S 复原人类历史隐喻计划

广告主：京东

所属行业：电商

执行时间：2018.07.01-08.31

参选类别：创意传播类

营销背景

8 月 20 日锤子科技举行了新品发布会，此款新品的发布时间正值手机品牌各大厂商新品集中爆发期。如何吸引用户关注到此款新品，并上京东平台购买成为此次传播的核心。但我们面临了一个巨大的挑战，就是在新品发布前期对产品信息只知道一个字“双”。

营销目标

通过对新品新功能点的猜想，激发用户购机欲望，带动产品在京东平台的销量。

策略与创意

策略：

通过对锤子科技品牌的观察，锤子科技一直秉承着去提高用户效率。而结合锤子科技一直以来的调性，我们翻看并查阅了许多的历史记载及文献。深度挖掘了人类历史科学上最能够体现“双”的部分是哪里，从而引出双系统这一产品亮点。

创意：

1、悬念隐喻计划海报：我们翻阅世界历史，找到人类历史上第一个发现人左右大脑的故事、人类驾驶第一家双引擎飞机跨越大西洋的故事、人类历史制作出世界上第一架黑白两键钢琴的故事。由此，我们将这些故事视觉化呈现，来隐喻出新品最大创新功能点“双”，进而传递新品京东独家首发。海报采用手绘复原历史场景，极具人文气息，符合锤子科技的调性。



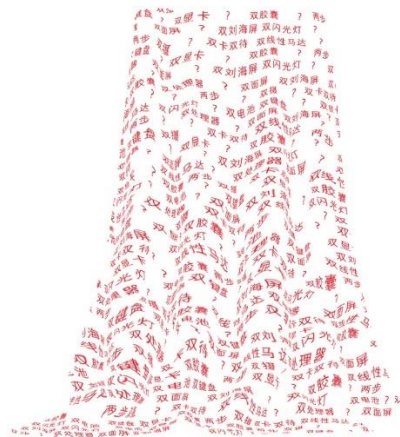
2、“双”10s快闪病毒短视频：通过不同人用方言猜侧新机“双”是什么，由正常猜到崩溃。展现“双”创意直播玩法，引发用户关注，继而上京东直播。

3、“双”直播引流海报：我们从用户角度出发，通过引发全国各地用户对“双”的猜想，将“双”文字以布的形态盖住新品，预示我们京东直播见证“双”坚果 Pro2S 的诞生。

京东手机
在你的每一部

JD
smartisan

上京东直播看锤子科技2018夏季新品发布会
互动竞猜赢坚果 Pro 2S



执行过程/媒体表现

1、悬念隐喻海报。第一轮攻势，率先由京东及锤子科技矩阵官微联动发散，同时配合知名科技自媒体共同扩散，引发全网好奇，吸引用户关注。

锤子科技坚果 Pro 2S 隐喻系列手绘海报微博传播



8月18日，坚果 Pro 2S 悬念隐喻手绘海报传播开启，由 @京东手机通讯微博 直发隐喻海报微博、@锤子科技、@坚果手机微博，互动量达677次。



2、“双”是什么 10s 快闪病毒短视频，在各大视频平台推出，升级创意的悬念感让用户在猜想中对产品产生更多的期待。

“双”是什么短视频：<https://weibo.com/2100925373/GvAfvbXc>

“上京东看发布会”直播引流10s快闪视频微博传播



8月20日，发布会当天由@京东手机通讯微博 直发，@锤子科技、@坚果手机，优质微博第三方自媒体大号@互联网俊男说、@科技的那些事微博 联动传播。互动量达6384次。



3、“双”是什么直播引流海报，发布会当天发布，将悬念感这一创意点无限扩散将用户的好奇心推向高潮，从而引流用户上京东直播。在全国各地的锤友群疯狂传播。

“上京东看锤子科技发布会”直播引流海报微博传播



8月20日，发布会当天由@京东手机通讯微博直发，@锤子科技、@坚果手机，优质微博第三方自媒体大号@魏布斯、@李杰灵微博联动传播。互动量达5629次。



营销效果与市场反馈

基于“双”的创意，通过京东手机和锤子科技矩阵微博，以及第三方平台共同传播累计获得曝光量 1150 万+、互动量 11.3 万+。京东直播发布会观看量达到 42.8 万、点赞量达到 257 万+。