

Huawei Pay 831 二周年传播项目整合营销

广告主：Huawei Pay（华为支付）

所属行业：金融支付行业

执行时间：2018.08.10-09.02

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

Huawei Pay 是华为终端通过不断的积累和强化升级，率先在国内推出的首个基于安全芯片的便捷手机支付工具，其采用指纹+芯片+金融级安全的 NFC 全终端解决方案，践行“重新定义钱包”的理念，与金融、公共交通等领域相关机构紧密合作，一起为用户提供安全便捷的支付体验和出行体验。

2018 年 8 月 31 日正值是 Huawei Pay 诞生的第二个年头，承接上年的一周年庆，本次二周年继续为产品用户提升体验价值，需继续巩固已有用户同时促进新用户关注，增强品牌曝光与口碑美誉度。

营销目标

- 1、组合优质权益刺激目标用户关注，借助头部媒体背书，提升周年活动知名度；
- 2、捆绑合作友商，打造多元化支付服务体验，拉通内容、渠道与用户深度互动，提升转化；
- 3、基于产品力组合权益，跨品牌捆绑传递“Huawei Pay·831 周年庆”品牌资产与产品体验，诠释“精品支付服务”。

策略与创意

组合优质权益刺激目标用户关注，借助头部媒体背书，提升周年活动知名度；捆绑合作品牌，打造多元化支付服务体验，拉通内容、渠道与用户深度互动，提升转化。

传播主题：华为钱包新生态

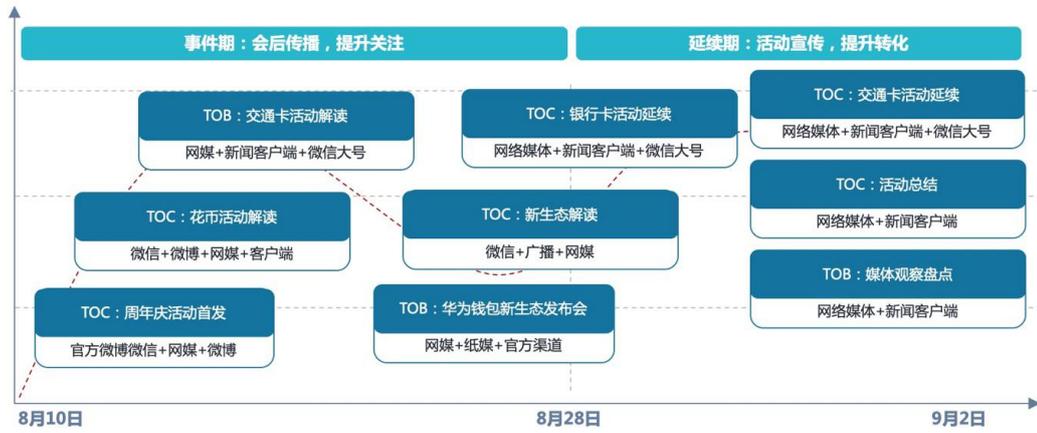
2018 年手机 pay 发展进入行业成熟期，差异化产品体验逐渐提升到产品发展的首要因素，华为钱包依托用户支付需求拓展全新服务场景，打造全新服务生态链条，提升产品功能粘性，丰富用户体验，传递“重新定义钱包”的品牌理念。

执行过程/媒体表现

通过网媒、纸媒、Xaxis、今日头条推荐页信息流、新浪微博热搜榜单（大曝光）+新闻客户端、微

信朋友圈广告、官方微博、微博 KOL、微信 KOL (精准触达) 的广告产品组合进行矩阵营销组合。

Roadmap



发布会媒体传播

获得**新浪财经**、**新浪科技**、**环球**、**新华社**、**中新网**5家门户网站推荐，极大地提高了Huawei Pay的曝光率。



发布会媒体传播

获得**钱江晚报**、**科技金融时报**、**南京晨报**、**IT时报**4家传统媒体优质版面报道，极大地提高了Huawei Pay的曝光率。



《钱江晚报》报道a0010版

《科技金融时报》报道

《南京晨报》报道

《IT时报》报道

项目期间共监测到 Huawei Pay 两周年暨华为钱包生态媒体沟通会及活动期传播相关内容 331 篇，包括头部网络媒体、本地广播电视、纸媒及微博微信。其中网媒 180 频次（含转载），微信相关报道 100 篇，微博 44 条，电台广播 1 频次，获平面报道 3 篇，到场媒体发稿率已超过 80%。

传播覆盖头部网络媒体、本地广播电视、纸媒及微博、微信，形成全媒体传播矩阵，获得了良好的传播效果。



微博直播

用户视频&海报

预热海报/视频

Huawei Pay 两周年微博一共发布了 42 条内容，包含用户（故事）视频&海报、预热海报/视频、微博直播等，42 条内容，总阅读量：593.8 万，总转发量：2634，总评论量：1955；单条内容平均阅读量：14.1 万，平均转发量：62.7，平均评论量：46.5；其中最高阅读量为：76.5 万，最高转发量为：510，最高评论量为：269。



微信KOL互动

拉通区域优质资源实现高效覆盖，项目期间累计投入14个时政、垂直、营销、科技等头部大号实现顶层资源粉丝覆盖，累计达成：
70万+阅读量，3000+正面评论互动，提升局部传播阵地的品牌信息渗透。



微博KOL发布展示

筛选头部营销资源，配合热搜提升活动营销，项目期间累计投入四个账号，完成目标受众阅读量**300万+**，实现**3000+人次互动**，实现品牌词产多频次扩散。



广告位展示

【Xaxis-DSP-Banner MO】



【今日头图-推荐页信息流-优选触达】



【微信-朋友圈广告】



广告位展示

【新浪微博-热搜榜单-PC端】



【新浪微博-热搜榜单-MO端】



媒体	实际曝光	实际点击
Xaxis	1500万+	30万+
今日头条推荐页信息流	300万+	5万+
微信朋友圈广告	350万+	4万+
新浪微博热搜榜单	3000万+	80万+
微信KOL	70万+	—
微博KOL	300万+	—
网络媒体及新闻客户端	6.8亿人次	—
合计	7.35亿人次	119万

营销效果与市场反馈

媒体资源获得总曝光 7.3 亿人次，总点击 119 万人次；

831 品牌日活动期间 Huawei Pay 线上交易笔数环比增长 102.22% ;
交易流水环比提升近 60% ;
Huawei Pay 用户数及绑卡量均环比增长超过 40%。

媒体评价

与支付宝微信支付等通过手机摄像头“扫一扫”实现支付不同，华为搭载了 NFC 技术。NFC 是近场通信技术，可以实现快速、便捷的支付和信息传输，不过需要手机搭载内置芯片。

基于此，Huawei Pay 给自己定的目标是为华为终端用户提供便捷、安全的支付使用体验，这也是 Huawei Pay 寻求与支付宝微信做出差异的一个方面。

——观察者 APP

如今的智能手机市场竞争激烈,各家厂商做到硬件配置相同并不难,但有的厂家即便同配置低定价想有理想的销量却仍然很难。华为稳坐国内智能手机市场份额第一的位置,向所有友商证明了一点,做手机不仅仅是堆配置,还有更完善的软件服务,更有生态创新。

——环球网

Huawei Pay 不知不觉已经两周年啦，“芯-端-云”硬实力下的完美应用场景。Huawei Pay=公交卡+门钥匙+银行卡。出门不怕没钱就怕没电。

——自媒体人钱皓