荣耀畅玩 7C 人脸解锁视频内容营销

广 告 主：荣耀手机
所属行业：通讯
执行时间：2018.03.07-3.31
参选类别：视频内容营销类

营销背景

在即将过去的 2018 年，传播及营销环境正在发生新的变化，异军突起的短视频平台对过往传统媒体和双微带来前所未有的挑战，数字化营销、大数据营销、IP 营销等各种营销新姿势的不断裂变，让企业与用户之间有了更多沟通的桥梁，企业可以更加精准化了解用户的需求，而用户也能更容易 get 到用户所传递的信息。

在手机通讯行业，经过近些年残酷搏杀，国内手机品牌已牢牢占据原本被国外品牌所占市场份额。形成以 Apple、华为、荣耀、小米、OV 为主的竞争格局。而这种竞争，尤以千元机价位的竞争更为残酷，毕竟同质同价同功能相似度太高，给消费者千机一面的错觉，让消费者无从选择。

如何让用户记住一个品牌/产品，内容无疑是重中之重。因为只有好的内容才能激发用户分享，加深用户印像，正所谓念念不忘，必有回响，好的内容更容易让用户长久记在心里，时不时想起，进而记住一个品牌/产品。可以毫不夸张的说，没有好内容的传播就是在耍流氓，是对用户时间的浪费。而内容严重同质化的今天，如何在内容上创新，让消费者对品牌/产品一眼定情，对企业来说是一个很大的挑战。

营销目标

在千元机市场，荣耀将旗舰机上才有的人脸解锁功能首次下沉到千元机上，让千元机用户也能体验到科技带来的前所未有的乐趣，开启全民刷脸新纪元。

在传播目标上，希望通过此次传播，将人脸解锁的产品主卖点，传递给目标用户人群，同时告诉消费者，千元机也能玩人脸解锁，从而进行产品区隔，提升产品在用户心里认知，在用户心里种草。

策略与创意

传播策略

发布会前：发布乔杉刷脸视频预告版、抖音版，在微博抖音等社交平台进行扩散。#千元机应有刷脸，7C 不止刷脸#。

发布第 1 周：发布乔杉刷脸视频预约版，#7C 不止刷脸超值千元机#。

发布第 2 周：通过秒拍、微博等社交平台发布人脸解锁搞笑视频、美妆挑战视频。

创意亮点

一方面借助乔杉知名度和大脸形象，将大众普遍认知的“有人的地方，就有刷脸”行为与产品人脸解锁的卖点进行关联。

另一方面通过对人脸解锁“解”的误解、以及美妆挑战人脸解锁产出趣味视频在进行扩散。

执行过程/媒体表现

视频链接：https://v.qq.com/x/page/c0828bm5cuo.html

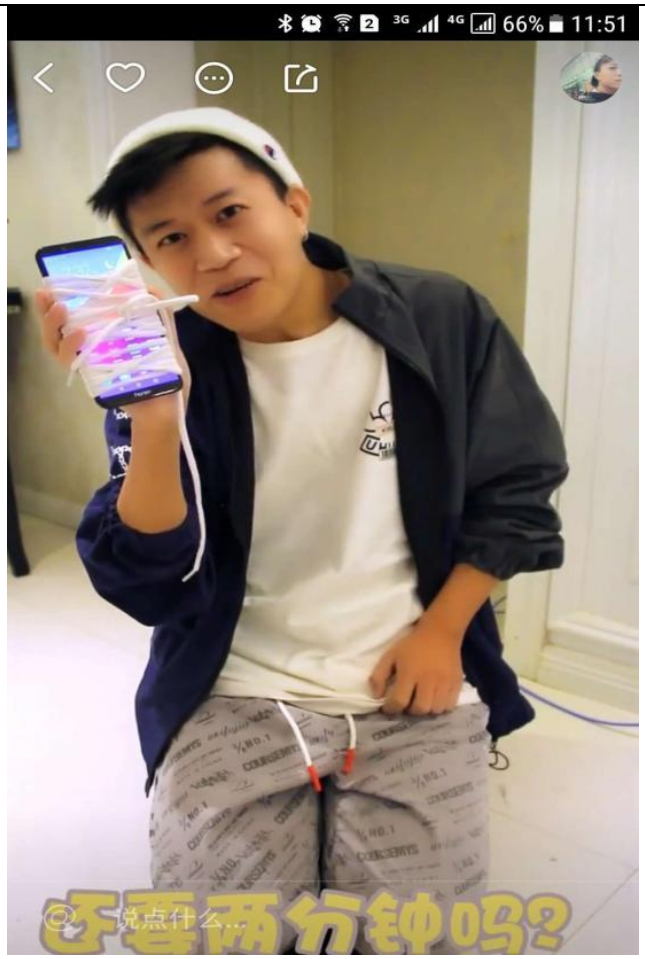
发布会前：微博抖音扩散乔杉刷脸视频预告版，抖音版。

演员乔杉
3月13日 19:31
跟我一起念：刷脸双摄全都有，荣耀7C 899！千呼万唤始出来，犹抱双摄来刷脸，#荣耀畅玩7C#真值呀！不能刷脸的手机遇见它都凉凉了！@荣耀手机
荣耀手机的秒拍视频
213万次播放
杉哥
01:02
收藏
1040
1256

包纸玩机
【#不止刷脸#你的刷脸手机只认你】荣耀这次请了乔杉为荣耀畅玩7C预热造势，视频里能看出全面屏、双摄、人脸识别等旗舰级功能，这样的配置不知定价有多高？产品3月12日发布，值得关注。@荣耀手机
荣耀手机的秒拍视频
啊 这也能刷脸
03月07日 19:18 来自 微博weibo.com

发布第 1 周：发布乔杉刷脸视频预约版，#7C 不止刷脸超值千元机#。

发布第 2 周：通过秒拍、微博等社交平台发布人脸解锁搞笑视频、美妆挑战视频。


66% 11:51
说点什么...
还要两分钟吗?

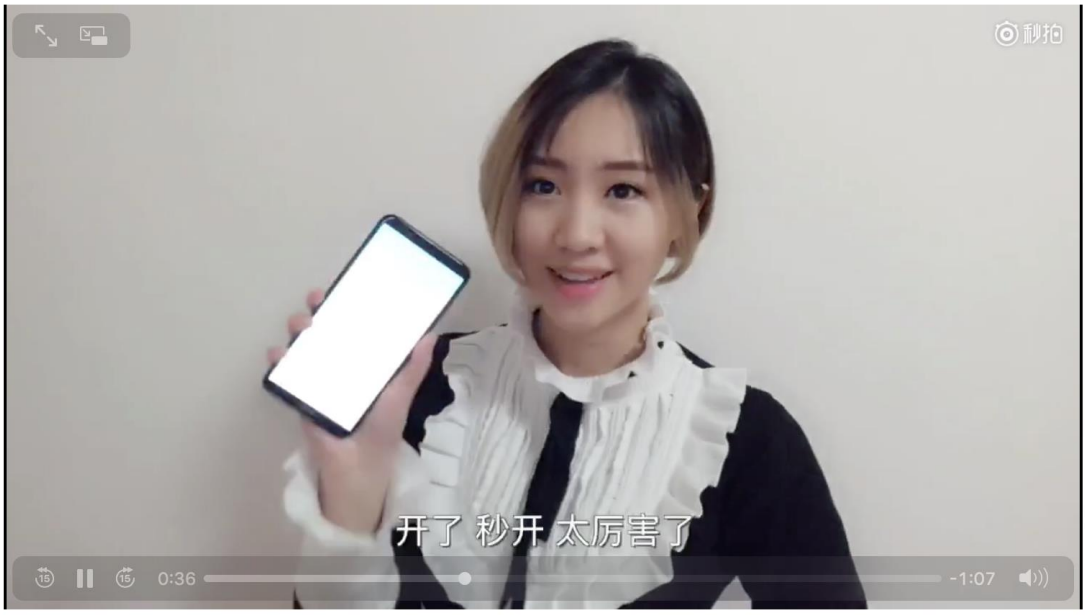
-王小强-
+关注
秒拍
仙女挑战高科技“刷脸神器”
313.1w次播放 278次评论
9-25 21:19
秒拍
超火娱乐搞笑短视频，快点打开吧~
打开
为你推荐

营销效果与市场反馈

根据产品发布节点，分阶段传播#不止刷脸#视频，通过乔杉明星效应为发布会预热造势，使用包含数码、娱乐、段子手不等不同领域共 37 位博主传播扩散，并在视频网站重点位置推荐，以达到传播声量最大化。

-王小强-
+关注
秒拍
仙女挑战高科技“刷脸神器”
313.1w次播放 278次评论
3-25 21:19
秒拍
超火娱乐搞笑短视频，快点打开吧~
打开

祖瑜兄 +关注



福利的时间到！！！

127.1w次播放 371次评论 3-23 19:53

秒拍
超火娱乐搞笑短视频，快点打开吧~
打开