

## QQ 浏览器锋芒创新产品，助力 OPPO 新机上市模式

广告主：OPPO

所属行业：消费电子

执行时间：2018.06.20-07.13

参选类别：移动营销类-互动类

### 营销背景

OPPO 于 6 月 20 日在法国巴黎正式发布新一代旗舰机 FIND X；新机发布之后的传播期，OPPO 希望与腾讯的合作除了在广告曝光层面让更多的年轻网友了解产品，也希望可以跟更多手机热爱者交流并产生新机的预约发售。

### 挑战：

除了常规的资讯，视频和社交场景合作，作为第一次合作的 QQ 浏览器平台，OPPO 新机可以以怎么样的简单而新颖互动方式让年轻网友参与到新机发布，预约，口碑和发售的活动当中？

### 营销目标

通过内部数据发现，QQ 浏览器的月活达到 3 亿，人均日启动次数 超过 5 次，腾讯新闻&QQ 浏览器用户重合度为 27%，腾讯视频&QQ 浏览器用户重合度为 44%，与各平台 APP 重合度低，覆盖更多独立 UV。

另一方面，在 QQ 浏览器，搜索和信息流是用户获取资讯的两大途径。

这也恰恰是本次新机发布可以保证曝光和用户体验平衡的创新产品应用切入点。

### 策略与创意

OPPO FIND X×QQ 浏览器，抢占搜索和信息流的两大分发入口，根据发布-预约-互动-发售等四大新机推广周期，推出了相对应的创新广告产品应用，进而帮助 OPPO 成功地打造新机上市内容营销新模式。

### 执行过程/媒体表现

**预热期 创新广告产品：**针对手机人群进行定向 push

权威媒体软文推广，提升品牌声量，使用户留下对 OPPO FIND X 新品的印象，引发关注。

**预约期 创新广告产品：**默认搜索热词+锋芒 H5

定制锋芒 H5，视频图文资讯组合详解新机各项亮点；保证 OPPO FIND X 预约规模，保持活动热度。

**口碑期 创新广告产品：圈子资源+feeds 话题分发**

内容沉淀和粉丝运营，包括 KOL 优质评测内容预埋，引发用户热议。

**发售期 创新广告产品：自动触达能力（个人中心消息、外 push）**

预约人群精细化推荐，全面提醒用户，“抢购”一键直达京东详情页，提升商品转化。

## 营销效果与市场反馈

- 1、PUSH 推送曝光 1183 万；
- 2、默认搜索热词曝光 265 万
- 3、锋芒 H5 曝光 100.1 万，预约：3.6 万
- 4、话题贴访问量：476876，互动量：2833
- 5、FEED 信息流曝光 1219 万