

知乎 x 优必选「悟空机器人共创项目」

广告主：优必选

所属行业：家电与家居类

执行时间：2018.09.25-10.19

参选类别：智能营销类

营销背景

知名 AI 创企优必选研发的个人智能机器人「悟空」上市，作为攻占 C 端市场的旗舰产品，「悟空」急需打开市场知名度。

营销目标

- 短期目标：在发布会前后通过优质内容传播，充分教育中高端人群并占位用户心智，成为消费者拥有的首个便携式个人智能机器人。
- 长期目标：通过持续的机器人内容生态建设，解决 TO C 行业机器人普遍「智能程度低」的痛点，不断提升产品力，牢固行业领先地位。

策略与创意

核心创意：

「软硬兼施」，知乎以优质内容助力智能机器人告别「人工智障」。

营销策略：

- 媒体选择策略：作为中文互联网最大的知识平台，知乎有超过 150 万人关注「人工智能」、「机器人」话题，拥有大量「悟空」的潜在消费者和 AI 行业的专业人士。同时，知乎专业、多元、有趣的平台氛围和知识内容为「悟空」提供了有力的营销工具。因此，优必选选择知乎作为首个内容领域的战略合作伙伴。
- 优必选 x 知乎战略合作策略：「软硬兼施」，优必选与知乎开启系列共创活动，全面提升「悟空」知名度及产品力。

软——共创软性内容：以最知乎的形式卷入知友制造「机器人」爆款 UGC，深入浅出科普机器人发展趋势，激活个人智能机器人市场需求，深度种草「悟空」产品。

硬——共创硬件产品：精选知乎站内 10 大领域、共 300 个专业、有趣的问答植入知乎定制版机器人，以内容互通的创新形式，为优必选解决目前个人智能机器人普遍「智能程度低」的痛点，实效提升机器人产品力。

创意表现：



执行过程/媒体表现

- **STEP1.发布会前夕，深入浅出科普机器人发展现状，激活「个人智能机器人」的市场需求。**

联动知乎吉祥物刘看山发布提问「为什么人类对机器人的发展既期待又害怕？」，吸引知乎站内人工智能、自动控制、数据挖掘等领域的多位影响力人士为行业发声，并将优质UGC以文章形式二次传播，同时汇总于务必选「个人智能机器人」专栏，引发用户对「悟空」机器人的关注与好感，在知乎站内塑造「个人智能机器人」=「务必选悟空」的品牌强关联。

知乎刘看山发表提问：



吸引知乎站内多位影响力人士/机构发声：



进一步将优质内容二次传播，并汇总于「优必选知乎专栏」：

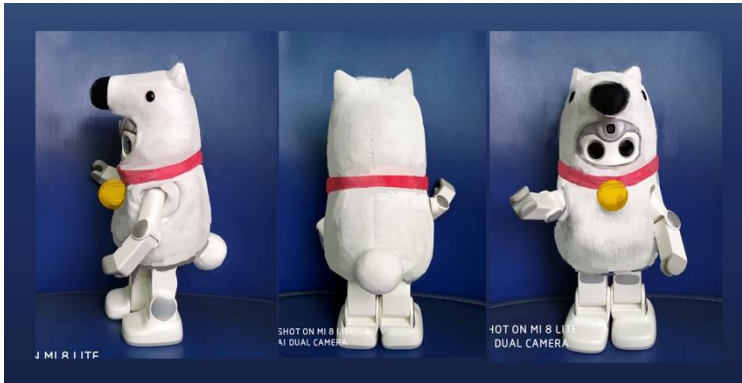


- **STEP2. 发布会后，以「品牌活动」形式回顾发布会精华内容，并发起有奖互动，卷入知友共创产品强相关测评，深度种草「悟空」机器人。**



- **STEP3. 知乎 x 优必选战略共创能回答知乎提问的看山版机器人，实效提升产品力。**

有哪些给 20 岁年轻人的建议？为什么小孩子走路总是蹦蹦跳跳的？有哪些给恋爱中的女生的忠告？.....当普通的智能机器人还只能唱歌跳舞时，悟空成为了第一个能通过语音交互回答知乎 10 大领域、300 个热门提问的「知识」机器人，实效提升产品力。



该版本限量版看山机器人即将在优必选&刘看山官方电商平台同步上线。



营销效果与市场反馈

- 线上传播内容共计 1.2 亿曝光，原生内容浏览量高达 375 万，点击完成率达 117%。包括品牌提问、原生文章在内的内容互动量达到 1.1 万次。1000 个限量版看山机器人即将同步在刘看山&优必选官方旗舰店售卖。
- “知乎以专业、有趣、优质的知识内容体系，与优必选机器人实现软硬件互通，为用户带来自然人机交互的知识获取新模式，开辟全新“知识+人工智能”的新玩法，为悟空带来了独特的产品力，后续我们将继续与知乎深度合作，接入更多知识内容，共创更好的产品。”

——优必选品牌总监 Vincent