

“跑，就对了” 荣耀手环 4Running 版创意传播

广告主：华为荣耀

所属行业：3C 数码

执行时间：2018.08.20-11.10

参选类别：创意传播类

营销背景

荣耀于 2018 年 8 月份切入跑姿手环市场，推出能检测跑姿的荣耀手环 4Running 版。

主打卖点为专业跑姿（监测算法）+两种佩戴模式（手环、跑姿）+超长续航（待机 21 天，典型场景 2 周）+50 米防水。

在百度指数搜索中，小米手环 3 热度约为荣耀手环 3 的 5 倍，小米手环 2 热度大幅度下降，跟荣耀手环 3 热度趋于相同；小米手环 3 市价 169 元，主打卖点触摸大屏、50 米防水，但荣耀手环的运动，实时心率和睡眠监测的卖点更能吸引智能手环用户关注。

营销目标

1、人群目标：

细分女性人群、运动人群，巩固核心粉丝群；争抢小米手机、苹果手机的使用用户，突围小米手环 3 久踞的市场，冲刺市场份额 No.1。

2、传播目标

重塑跑姿手环市场领军地位，扩大产品的知名度和影响力。

策略与创意

荣耀手环 4Running 版的核心卖点是能监测跑姿，提供更专业的跑步指导。目标受众群体普遍缺少科学运动的引导，我们提炼出“跑，就对了”传播主题，既传达立刻开始跑步的心理暗示，又通过“对了”体现出产品的专业性。

在预热期间使用品牌领导人进行悬念营销，上市期进行跨界合作，延续期使用明星效应，放大声量。

执行过程/媒体表现

本次 campaign 分为 3 个阶段：预热期-上市期-持续期

一、预热期：新品上市前，荣耀领导高管@赵明 微博悬念预热，发布微博活动和悬疑海报。

二、上市期：新品正式面世，针对运动爱好者，跨界合作咕咚 APP，发起跑步打卡活动。

三、延续期：启用潮玩大使白宇，利用明星效应撬动传播。

一、预热期：

1、新品上市前，针对跑步爱好者和品牌关注者，荣耀领导高管@赵明 微博预热，晒出荣耀手环4Running 版照片，引发外围广大网友 P 图热潮，产品热度和声量持续发酵



2、官方发起【地表最强跑步数据】的微博活动，引发粉丝热议，并主动参与活动，涌现大量优质 UGC 内容；



叫我徐徐清风

2018-8-21 11:33 来自 iPhone客户端

#荣耀潮配#为了挑战地表最强跑步数据, 这几天除了吃饭睡觉都在跑步, 现在数据摆在这, 我就问还有谁? 除了我还有谁[噢耶]@荣耀智慧生活



☆ 收藏

✉ 5

💬 1

👍 3



3、发布 6 轴和 3 轴悬疑卖点海报，聚焦用户视线，引发用户对产品功能的猜想,产品发布会前夕，官方公布产品命名海报，悬疑产品核心卖点。



二、上市期:

- 1、官方发布 15 天打卡活动，持续传播产品卖点，增加用户粘度；

荣耀 honor

活动时间：9月3日—9月17日
 活动奖品：荣耀手环 4Running 版(10份)、荣耀运动臂带(10份)
 活动规则：
 1、15天内累计7天坚持跑步打卡，发布自己的跑步照片或者跑步数据截图；
 2、并带 # 荣耀手环 4Running 版 # 话题直发微博，说说你的每日跑步数据（累计7天）。

广告 honor.cn 活动主办方在法律允许范围内保留对活动的最终解释权

2、跨界咕咚 APP，由权威 KOL 站台，获专业人士认可，为产品背书。

荣耀 honor

“ 我认为老年人也需要拥有完整信仰和对梦想孜孜不倦的态度，我就可以不卑不亢的大笑着告诉他们：“I am a Chinese old man.”
 刚开始健身时，什么都不懂，通过健友的帮助和自己的努力，走到今天，其中也走了不少弯路。所以我也在线上、线下分享自己20年的经验总结，尽自己所能，帮助刚开始运动的人。 ”

真实姓名 徐智林

咕咚粉丝数 344206

荣耀手环4 (Running) 让跑姿更专业

honor.cn 荣耀手环4 (Running)

荣耀 honor

“ 跑步让我拥有一小时的运动来进行自我排毒，比如减肥，比如给自己一个小时的时间自我解脱。
跑步让心态变得平和，因为将一件简单的事情做了很多次以后，会更加的懂得“不着急”，会明白很多事情，慢慢来，坚持下去，反而是最快的。 ”

真实姓名 沈昊泽

咕咚粉丝数 694542

- 2017年悉尼马拉松 430官方配速员
- 大五朝台第三届越野赛 40k年龄组第四

荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业

honor.cn

荣耀手环4 (Running版)

荣耀 honor

“ 马拉松二级运动员，无锡越野女子第三，GARMIN训练营跑步教练，NBRC北马训练营助教，咕咚签约kol，李宁kol广告，Adidas广告。
当脚步伸向远方，我听到的只有自己的呼吸。一路跑下来，就像吃饭睡觉一样，跑步成了我生活中的一种习惯，只有脚踏在土地上的时候，内心里才感觉踏实。习惯了用跑步丈量一座城市，陌生的、熟悉的。 ”

真实姓名 季鲁

咕咚粉丝数 270388

荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业

honor.cn

荣耀手环4 (Running版)

3、几何空间静物图赏，全方位展示产品外观，新品正式面世。







4、手部佩戴图赏，向用户展现手环手部佩戴方式和效果，突显产品的多种色彩和高颜值外观







5、日常节点借势，持续深耕产品核心卖点





三、延续期:

1、充分利用潮玩大使白宇强大的流量和明星效益，引发白宇粉丝参与话题并主动晒单，扩大泛大众消费的影响力。

荣耀 honor

白宇

荣耀潮玩大使：白宇

荣耀手环4 Running版
让跑姿更专业

预售时间：2018年9月11日 10:08
售 价：99元

发布平台

VMALL.COM | 京东 | Tmall.com | 苏宁易购 suning.com

honor.cn @荣耀手机

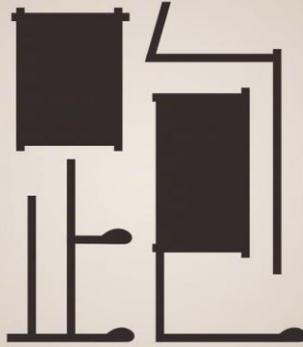


2、2018 最潮 Run 法海报，持续传播产品功能点



3、趣味解读七项跑步数据，通俗易懂引发粉丝主动传播

荣耀 honor



荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

honor.cn

@荣耀手机

荣耀 honor



荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

honor.cn

@荣耀手机

荣耀 honor



摆动
角度

脚蹬地开始
小腿后摆折叠的幅度

柯基奔跑时后腿略后翻，角度在80°-110°左右

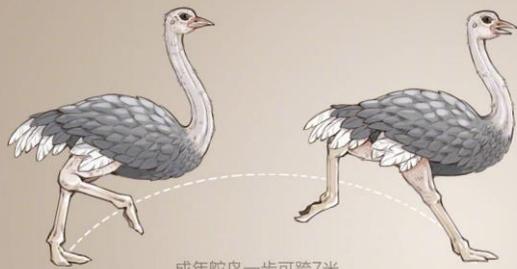


荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

honor.cn

@荣耀手机

荣耀 honor



成年鸵鸟一步可跨7米

步幅

两脚着地点之间的距离
是决定速度的重要因素



荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

honor.cn



兔子一步只有1.5米

@荣耀手机

荣耀 honor



奔跑状态下成年袋鼠每分钟125步

步频

每分钟走跑的步数
人类一般以180步/分钟为参考目标



荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

honor.cn



仓鼠可达600步

@荣耀手机

荣耀 honor



奔跑状态下
成年猎豹每一步接触地面的时间为78毫秒

触地时间

跑步时每一步接触地面的时间
优秀运动员一般在200毫秒以内



荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

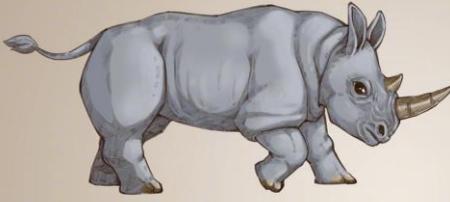
honor.cn



松鼠为200毫秒

@荣耀手机

荣耀 honor



着地冲击

着地过程中受到的地面冲击
人类一般在6-20g(重力加速度)

成年犀牛每一步接触冲击是松鼠的几十倍



荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

honor.cn @荣耀手机

荣耀 honor



外翻幅度

着地缓冲阶段
脚向内侧翻转的角度

成年狮子奔跑时四肢偏向左右摆动的角度



荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

honor.cn @荣耀手机

荣耀 honor



着地方式

猫咪奔跑时，都是踮起脚尖

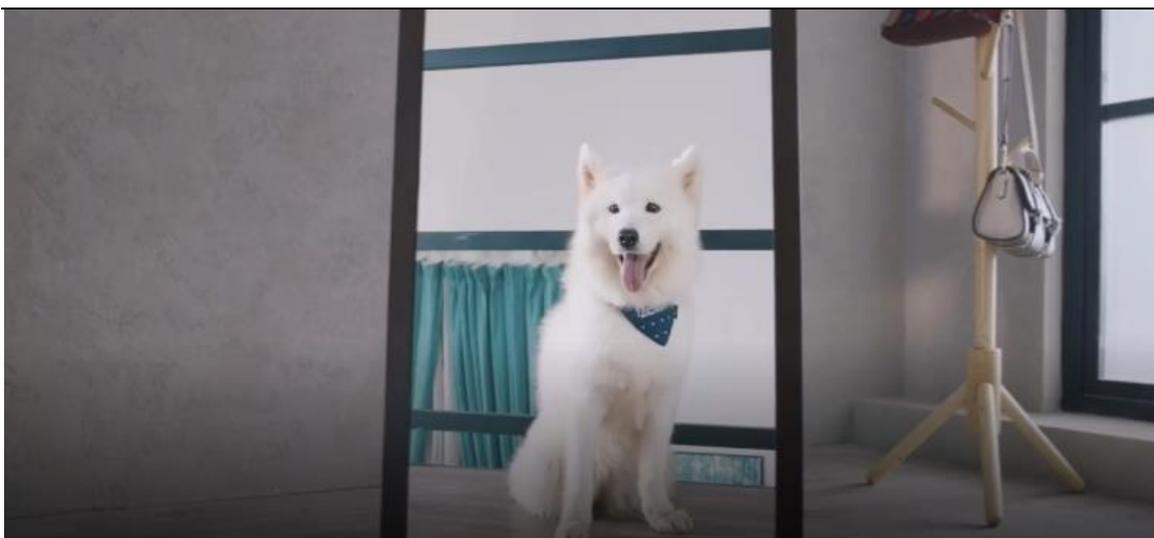
脚着地瞬间与地面接触的方式
比如前脚掌着地、全脚掌着地、脚跟着地



荣耀手环4 (Running版)
让跑姿更专业
七项跑姿数据监测

honor.cn @荣耀手机

4、萌宠趣味视频，多平台传播持续收割用户



视频链接: <http://n.miaopai.com/media/IN1fGdxaPjfNXCDYRhdomsNBFUSJfTT.htm>



快手视频链接: <http://www.gifshow.com/s/XCuvCmXr>

5、精美手绘，生动展现产品佩戴方式



6、产品卖点态度海报，传播产品美誉度





7、新编【守株待兔】动画视频，趣味解读产品功能



视频链接: <http://n.miaopai.com/media/-Y3ORQSRy16813pN7FbZ6zS~fKCsAQdg.htm>

8、创意手绘海报，主打产品颜色及配色



营销效果与市场反馈

传播效果——阶段数据汇总

汇总3个官方账号及外围KOL的传播，
Social侧网络曝光量高达**3146.4W**，
互动量高达**11.5767W**人次，

#荣耀手环4Running版#
全网话题阅读量**7569.6W**，
讨论人数**15W**



#荣耀手环4Running版#官方数据

官方账号	@赵明-George	@荣耀手机	@荣耀智慧生活	@外国KOL	合计
阅读量	95.7w	7347.5w	279.1w	2042.5w	3146.4w
转发量	2750	28414	5024	11169	46791
评论量	1172	13971	3825	10213	28285
点赞量	1498	15679	1679	19986	37180
互动率	0.56%	0.79%	0.37%	0.2%	/