

小米QQ空间新机发布互动

- ◆ 广告主：小米
- ◆ 所属行业：消费电子行业
- ◆ 执行时间：2017.07.21-07.27
- ◆ 参选类别：互动体验类

7月26日小米新机5X发布

市场背景：

- 当前智能手机市场竞争环境非常激烈，诸多手机品牌都以拍照功能为主要卖点，如何能够在产品同质化的环境中打造与众不同的品牌声音成为小米新机推广首先要解决的问题。
- 7月26日，小米发布新机小米5X，并在发布会上宣布了新的代言人吴亦凡。新款手机传播以“凡先生的十二星座照相馆”为核心，主打“拍人更美”的功能卖点，结合十二星座不同的个性特质，进行话题传播。
- 小米携手吴亦凡抓住12星座不同的特质与用户沟通，在QQ空间传播新款手机的功能卖点。

(1) 利用腾讯大数据定向人群投放个性feeds信息流广告引导用户参与线上互动

QQ空间是全网最大的SNS社交平台，集合海量年轻用户数据。腾讯大数据筛选小米核心用户12星座人群和吴亦凡粉丝人群中的12星座数据包，定向投放QQ空间信息流广告。**广告素材依据12星座的个性特征设计，定向投放12星座人群，素材同时结合代言人吴亦凡，刺激粉丝群体参与互动。**

(2) **QQ空间APP**搭建互动平台，用户上传照片参与竞选活动，集赞获新机

与Feeds信息流紧密结合的是“凡先生的十二星座照相馆”**竞选馆长的互动H5**，用户通过H5可以上传照片，竞选自己星座的照相馆馆长。上传照片之后可以分享到QQ空间的页面中，集好友赞参与小米5X新机的活动。

(3) 个性赞广告充分发挥明星效应，轻互动实现品牌大曝光

QQ空间所有状态的点赞产品在此期间都呈现了吴亦凡和小米手机的个性广告，在QQ空间的社交环境中给品牌带来大曝光效果，提升了小米品牌在QQ空间中的声量。

互动流程简洁有趣 上传照片突显新品拍照功能

- 互动H5紧贴新机主打功能和全新代言人吴亦凡，12星座照相馆主题结合12星座人群包筛选和投放；
- 上传用户照片的互动突显5X主打的拍照功能，竞选排名深化互动H5的社交属性，获得更好社交传播影响力



点击进入照相馆



竞选星座馆长



上传照片完成互动



集赞分享得小米5X



每日各馆长排名

数据结果 点赞PV 5877万，点赞UV 4190万，活动页面触达1398万，Feeds发表184万
 用户分享PV 139万，分享UV 67万

小米：兴趣为王 大数据玩转用户感性诉求

十二星座精准投放 社交平台新机发布直击粉丝眼球

背景与挑战：新机瞄准年轻人群，启用代言人吴亦凡并主打拍照功能，亟需突破固有投放模式，形成全新用户沟通语境

营销洞察：QQ空间年轻属性+星座话题高关注度，天然契合度形成品牌传播效能加成

推广策略：打造凡先生的12星座照相馆，精准投放12星座人群和吴亦凡粉丝人群，星座+明星话题引发高参与高互动，为收集购机信息导流



亲爱的小童，对火爆的白羊座不满意？提前准备灭火器！



亲爱的西客，给咱们双子座拍照，拍一个人就是合影！



亲爱的Chris，咱们天秤座到底用什么姿势拍照最好看呢



12星座人群接收12类文案

互动竞选星座馆长

集个性赞获新机

数据结果

- 1.精准人群定位：品牌页卡图文feeds投放绑定12星座人群包，总CTR达**2.1%**，**超过均值2倍**
- 2.明星粉丝效应：吴亦凡形象小米个性赞激发粉丝狂热点赞，上架一天点赞总次数达**11.81亿**，**超过竞品3.9亿次**
- 3.参与活动触发分享UGC：用户上传照片竞选馆长并分享求赞，参与活动用户点赞总数达**5877.2万**





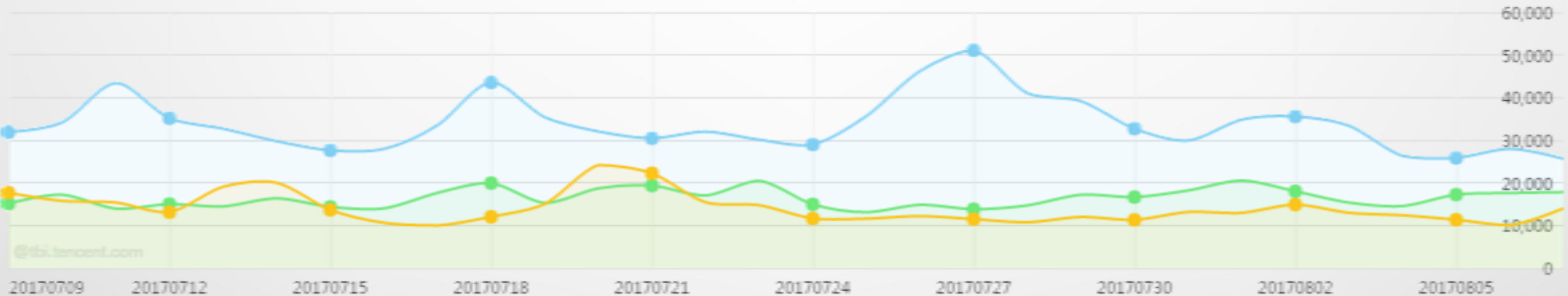
互动活动带来用户讨论和浏览 助力提升品牌声量

➤ 腾讯浏览指数平台显示新机发布传播活动提升品牌浏览关注热度

	综合热度 综合环比			自媒体热度 自媒体环比			搜索热度 搜索环比		
小米	33804	16.85%	↑	11729	49.19%	↑	17533	18.85%	↑
OPPO	16439	-38.50%	↓	6235	-44.39%	↓	10681	-1.34%	↓
VIVO	14041	-14.35%	↓	5862	-11.13%	↓	9272	6.81%	↑

■ 小米 ■ OPPO ■ vivo

● 综合 ○ 自媒体 ○ 传统媒体 ○ 搜索指数



数据来源：腾讯浏览指数 2017.08.08