

OPPO “高订” 移动视频高清场景拦截系统

- ◆ 广告主：OPPO
- ◆ 所属行业：电子科技
- ◆ 执行时间：2017.04.01- 至今
- ◆ 参选类别：创意类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
http://www.iqiyi.com/w_19rtt7wrq5.html

或者
扫一扫看视频





OPPO手机于2017年推出主打“更清晰”的R系列产品，想通过与移动视频媒体进行平台级的广告产品合作，通过用户使用路径对其进行拦截，大量曝光该产品卖点，让广大目标TA在日常的手机使用中自然接受OPPO“更清晰”理念，将OPPO手机与“清晰”划上等号。



**潮流手机品牌——OPPO
于2017推出主打“更清晰”的R系列产品。**

R9 这一刻 更清晰

R11 前后两千万 拍照更清晰

策略：通过大数据分析用户日常视频观看行为习惯，在用户最常使用的“更清晰视频”观看需求场景中，为OPPO开发多个全新平台级广告产品曝光OPPO卖点。通过与视频媒体进行平台级的广告产品合作，在用户使用路径对其进行拦截，大量曝光OPPO“更清晰理念”，让OPPO R系列产品理念自然融入到用户的生活场景中。

高清场景



全面拦截

创意：为OPPO打造“看得更清晰”战略合作计划——**首创主题式用户场景营销，为OPPO量身打造“高清场景拦截系统”**：通过**清晰度切换、高清视频下载、高清视频观看**等平台级广告产品的组合完成了“高清场景拦截系统”打造，OPPO在网民使用视频媒体观看“更清晰”内容的路径上实现全面大曝光。

为OPPO量身打造 “移动视频高清场景拦截系统”



1 清晰度切换时拦截

“清晰度切换”场景广告

首先，大数据分析网友在观看在线视频时常用行为，得出切换高清画质成为用户常用行为，在网友“画质切换”的路径上，为OPPO开创“清晰度切换”场景广告，提醒他们享受“更高清画质”，邀请网友畅享清晰一刻。



2

高清视频下载时拦截

“高清下载提示”场景广告

其次，上下班通勤时间成为手机观看视频刚需，分析离线用户行为习惯，OPPO在移动端用户“下载视频”的路径上进行拦截，开辟“高清下载提示”场景广告，以友情提醒方式强化产品卖点。



3 高清视频播放前拦截

“高清节目”前贴片

最后，在网友观看高品质的“高清节目”前进行贴片拦截，通过最直观的TVC，将理念深度演绎。



根据秒针监测与媒体后台统计数据得出：

1. “清晰度切换”场景广告，每天覆盖用户约850万人次/日。



清晰度切换时拦截 **≈850万人次/日**
“清晰度切换”场景广告

2. 移动端“高清下载提示”场景广告，每天覆盖用户约1600万人次/日。



高清视频下载时拦截 **≈1600万人次/日**
“高清下载提示”场景广告

3. 高清视频节目前的TVC的曝光量约2800万人次/日。



高清视频播放前拦截 **≈2800万人次/日**
“高清节目”前贴片

客户评价：“通过场景中的软性露出，让OPPO以“好基友”姿态实力演绎“更清晰”的产品卖点，并通过大数据选取最常使用的功能让广告实现了极大量的曝光效果，打造广告效果与用户体验间的完美平衡。”

这样的“主题式用户场景营销”达到了广告效果与用户体验间的完美平衡

