

华硕赵丽颖#不让别人给自己的人生划线# 短视频营销案例

- ◆ 广告主：华硕笔记本
- ◆ 所属行业：3C 科技类
- ◆ 执行时间：2017.06.06-06.18
- ◆ 参选类别：短视频营销类

视频案例

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面观看视频
<https://v.qq.com/x/page/c0512457yxm.html#t=00>

或者
扫一扫看视频



近年来轻薄窄边框笔记本因为其极致的视觉感受，受到大家青睐，逐渐成为笔记本市场的潮流。用户的目光逐渐从游戏本往轻薄本转移。



邀请赵丽颖作为代言人是华硕的重大决策之一。

赵丽颖作为华硕笔记本代言人，其4700万微博粉丝及庞大的粉丝后援会可以为华硕笔记本带来更多的关注度及消费群体。

传播目标

充分利用赵丽颖形象

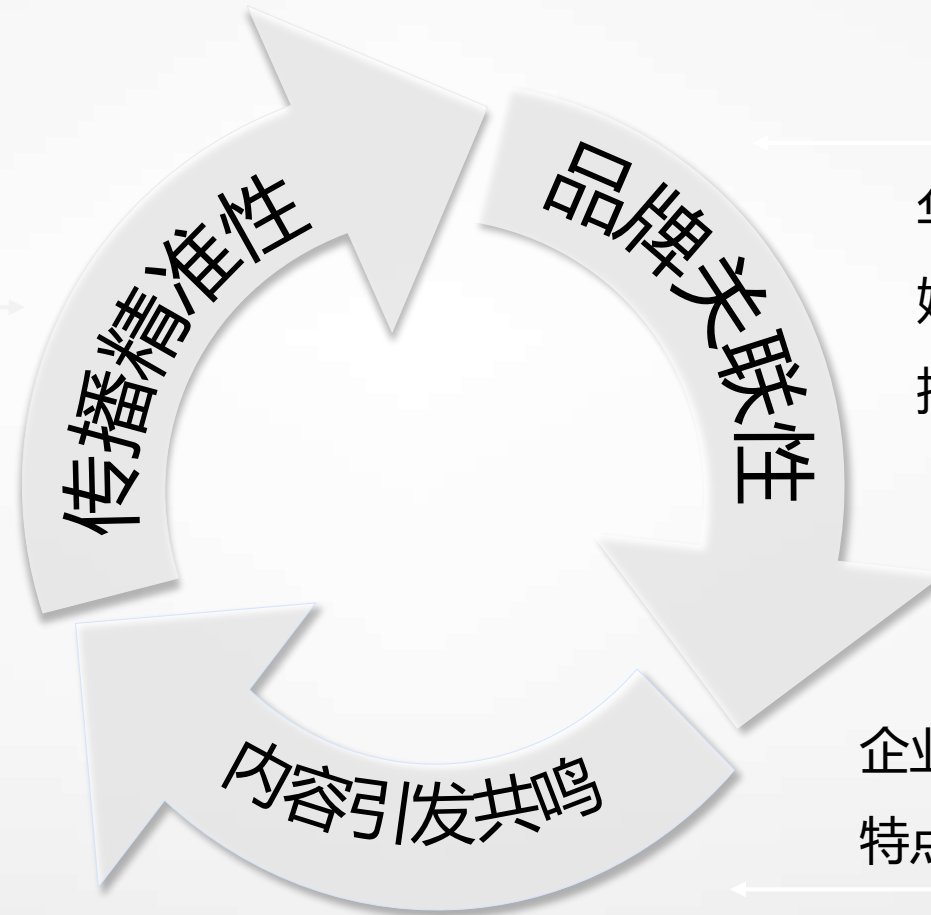


**最大化产品露出
更多消费者产生认知、认同和购买**

需要通过社交组合玩法将该内容传递到用户中去，进而扩大华硕笔记本在社会中的影响力及扩展潜在的消费人群。

华硕，赵丽颖，消费者三者 如何有机联系在一起？

如何选择媒介渠道，
使资源配置达到最优
化效果？



华硕作为老牌企业如何与
娱乐圈小花产生联系？选
择赵丽颖作为代言人的意
义何在？

企业的品牌与代言人的形象
特点，如何讲述一个什么故
事才能打动用户？

#不让别人给自己的人生划线#

紧密结合华硕笔记本窄边框特点，是对“13寸机身14英寸屏幕”的总结

是对华硕一直坚持坚若磐石的品质，并不为外界所动的表达，

是结合赵丽颖出道十年经历，对其人设的深刻解读



前期预热蓄势：

短视频 连续抛出，引发受众兴趣

娱乐类KOL转发，为视频正式上线蓄势



中期传播爆发：

完整视频双微抛出，外围KOL拉动氛围，
赵丽颖本人直发，官微，粉丝团转发



中期传播爆发：

H5引发朋友圈自传播，

视频网站同步上线，新闻客户端迅速扩散



后期深度解读：

深度稿件深度解读，KOL外围扩散

GIF海报传达态度



华硕笔记本 **V**

6月18日 10:30 来自 微博 weibo.com

自己的位置只由自己的表现决定，赵丽颖用努力和实力，撕掉他人给的标签#不让别人给自己的人生划线#正是颖宝内心的坚韧与不屈，支持她化茧成蝶，收获成功！



☆ 收藏 | 242 | 197 | 817

中国联通 上午11:59 50%

返回 娱乐微资讯



“我要活成自己喜欢的样子”是赵丽颖一直在坚持的，而她也最终做到了。在最近上映的《楚乔传》中，赵丽颖饰演古代特工楚乔，刚一上映就受到了观众的追捧，刚毅不失俏皮，坚忍且善良，赵丽颖再一次将楚乔完完全全的展示在了观众面前，让许多原著党直言：这就是楚乔。

“英雄的出处，是来自内心的强大，来自于对梦想的执着、追求，和你所从事职业的坚持与踏实，以及面对浮躁浮华的淡定和定力！”这是赵丽颖在《星空演讲》里的呐喊，也是隐藏在TVC内容背后的力量：只有内心强大，对梦想执着，才能不理睬他人的指手划脚，**做自己人生的英雄！**

阅读原文 阅读 52393 343 投诉

爆

品牌曝光量激增：
共覆盖粉丝**15345.3万**人次；
网友互动量达**1906.3万**频次；
视频平台播放量累计**1482.1万**次；
爱奇艺、腾讯视频网站，移动端
与PC端同步位置推荐；
今日头条**32篇**文章进入推荐位，
视频播放量共计**342.5万**

创

华硕#不让别人给自己的人生划线#的态度、与明星人设相关联的传播方式，给企业和营销界带来新的选择代言人思路

心

与消费者形成有效的沟通，将华硕态度、赵丽颖人设结合在一起，成功将华硕笔记本打造成有态度、高追求的品牌形象