

华为Nova青春版2017全国外语歌手大赛

- ◆ 广告主：华为nova青春版
- ◆ 所属行业：IT
- ◆ 执行时间：2017.04.07-05.30
- ◆ 参选类别：互动体验类

1 背景&目标



项目背景

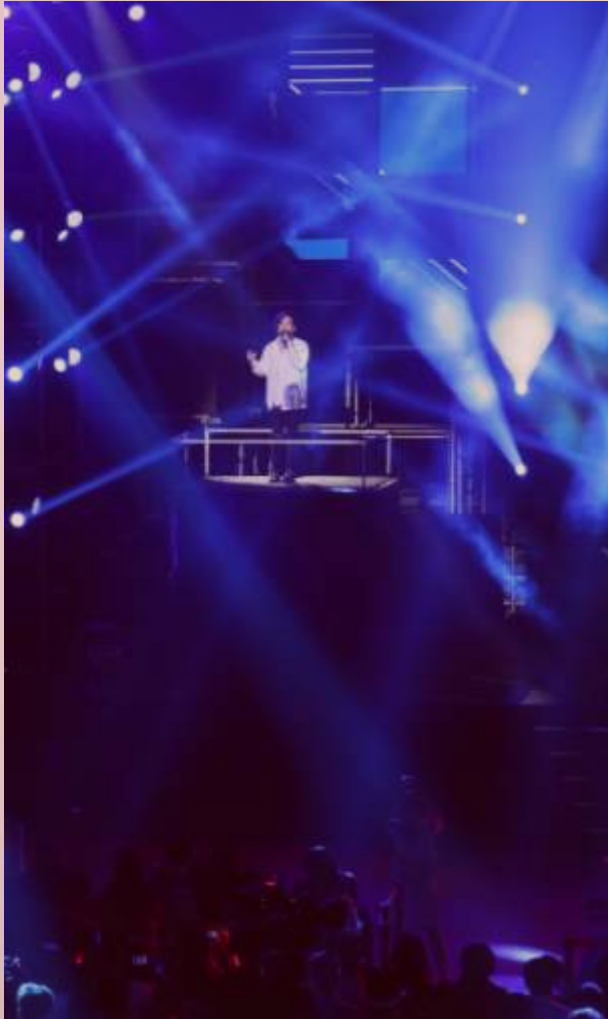
外语成为年轻人的必备技能，外文歌曲成为更多年轻人的业余爱好，华为nova青春版目标正是这些高频使用英文词汇，喜爱英文歌曲的年轻人，在来有道词典学习与关注歌手赛情况时，会积极响应，感受品牌魅力，提升品牌影响力。

项目目标

华为nova青春版新品上市之际，通过线上线下闭环传播，全面覆盖目标用户，提升品牌知名度与好感度，积极引导用户购买。



有道 youdao



2 洞察&策略



洞察

全国大学生外文歌手大赛已为第二届比赛，在大学生中形成一定影响力，大学生群体对于年轻、会玩、懂自己的品牌接受度高，并希望能够进行平等的互动与交流。

策略

从华为Nova“炫出我的色彩”出发，锁定目标用户，基于有道词典平台和品牌受众高度契合的优势，在媒介平台为品牌定制符合活动主题且契合产品受众心理需求的趣味互动，通过强势硬广资源，创新原生内容，达到广泛触及，深度教育，深耕细作逐层递进的沟通目标



策略核心说明

核心传播策略

利用优势平台直击目标用户，借势热门活动表达品牌态度

基于有道词典作为大学生人群与年轻白领人群的汇聚平台，贴合品牌目标受众；借势全国大学生外文歌手大赛的第二届热门活动，充分造势，与用户深度沟通

**强势露出+软性解读+内容定制，立体展现产品特性，
全程首赞深度巧妙的植入，向目标用户表达品牌观点态度**

强效曝光产品的同时有效提升认同度与好感度，刺激消费
比赛+狂欢的形式，贴近年轻人的喜好，真正做到以音乐为载体，切入外语学习，
明星评委与语音鉴评团的设置，人气、专业两手抓，打造一场深入校园群体打造**外语文化圈**的盛宴。

传播资源推荐

基于有道词典平台打造硬广+内容的立体原生传播

常规广告+个性定制+首次创新

移动端开屏搭配信息流广告实现产品强效曝光

查词结果页通栏用户场景下深度植入

个性定制浮层动画强化产品记忆

首次创新Nova记录深度解读产品主题内涵





活动总决赛现场展台

3 媒介&执行

媒介

华为Nova联手有道词典，搭配online原生内容，传递品牌文化，满足用户语言学习需求，Nova单词植入，潜移默化教育用户，实现品牌深度传播，活动主平台深度植入，强势曝光，扩大活动影响。

执行

赛制流程：网络海选→城市赛→人气突围赛→总决赛

第一步 网络海选：用户官网上传个人作品，官网投票赢得城市赛资格，用户决定晋级选手，充分互动体现用户权利

第二步 城市赛：线下三大赛区六大高校，产生决赛嘉宾

第三步 人气突围赛：线上投票复活人气选手，拉动线上热情，吸引用户关注转发，增加用户互动参与

第四步 线下决赛：清华大学体育馆冠军争夺战，明星+英语专业老师，直播现场，让用户更有实际参与

最后，后续公关传播：沉淀行业影响，扩大项目传播范围与影响力

线上线下联动传播，充分调动用户参与，让选手与参与用户都能“炫出自己的色彩”

项目执行

1 广泛覆盖

利用有道优势资源向华为nova目标用户喊话

2 深度传播

借势有道热门活动彰显华为nova非凡气质

传播节奏	媒介资源，广泛传播新品卖点			歌手大赛，深度沟通目标用户	
资源分类	常规广告	个性定制	首次创新	线上传播	线下体验
资源名称	开机画面	浮层动画	nova专属释义收录	主平台设计融合	现场搭建融合品牌元素
	信息流第四条		nova图片词典	主平台权益露出	
	查词结果页通栏		关键词&双语例句	互动环节深度定制	赛场展台吸引观众驻足
	查词结果页视频/图片		有道系资源推广	校园SNS平台传播	线下地推深入百所高校
		后期PR稿件传播			
传播目标	强势露出+软性解读+内容定制，立体展现nova新机卖点			全程首赞尊贵身份体现，深度沟通nova目标用户	

项目执行：online硬广曝光与导流

移动端双端视频开屏



视频开机

实际曝光：**25,977,729**，曝光完成率：**113%**

实际点击：**396,975**，点击完成率**159%**

移动端双端大图位置信息流



信息流：

实际曝光：**28,026,375**，曝光完成率：**112%**

实际点击：**44,147**，点击完成率**147%**

移动端双端焦点图&每日一句



焦点图：

实际曝光：**25,980,459**，曝光完成率：**104%**

实际点击：**442,856**，点击完成率**221%**

移动端双端查词结果页banner



查词结果页：

实际曝光：**50,498,569**，曝光完成率：**107%**

实际点击：**191,260**，点击完成率**151%**

项目执行：online原生内容解读

移动端双端焦点图&用户翻译的最优译句



焦点图+每日一句引导用户学习slogan
深度理解品牌概念，感受品牌文化



项目执行：online原生内容植入

创新形式：
HUAWEI nova青春版专属词包



根据不同词汇出现绑定视频或图片



双语例句进行植入



图片词典出现华为logo



项目执行：联合推广资源

移动端双端开机画面

移动端双端焦点图&信息流

移动端双端活动中心入口



校园渠道推广（微博&微信）

校园热门社团/校园红人微博账号宣传



校园热门社团/校园红人微信账号宣传



校园热门QQ群聊天群宣传



校园list包含：

北交大/北京工业大学/北京体育大学/北京语言大学/天津财经大学/南开大学/天津外国语大学等校园官方媒体

校园渠道推广（线下）&宣传物料

校园内进行传单发放/海报/横幅张贴：产品/logo/介绍/主KV

宣传物料



线下校园list包含：

北交大/北京工业大学/北京体育大学/北京语言大学/天津财经大学/南开大学/天津外国语大学等

项目执行：海选（3个城市，6所学校）& 复赛（3个城市）

海选（北京、成都、广州）



复赛（北京、成都、广州）



现场展板/签到台/产品展台/牌照板/座椅/纸袋/指路牌/麦克风麦标/现场舞美等均体现主KV权益，产品LOGO，产品样式

项目执行：总决赛（北京）

北京-清华体育馆嘉宾：尚雯婕/好妹妹/伍洲彤

华为展台



总决赛现场场外展板



总决赛现场比赛场景



总决赛现场物料



现场物料



观众与华为Nova青春版拍照框合影



总决赛现场物料



总决赛现场比赛场景



总决赛现场物料



总决赛现场物料



总决赛现场场外KOL



观众与华为Nova青春版拍照框合影

公关传播：微信微博强势占据



活动期间，@有道词典 微信公众账号&微博联合包括清男师兄、思想聚焦、奇闻趣事等50余家KOL大号微博大号发布艺人活动海报以及活动亮点信息。阅读量近**1000万**。视频播放量达**650万+**。

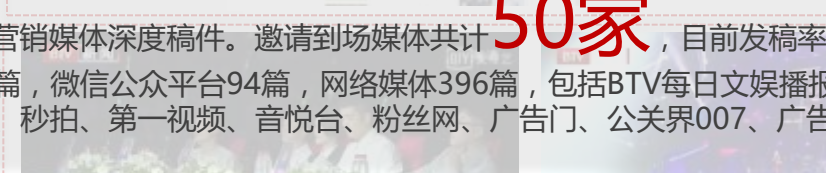
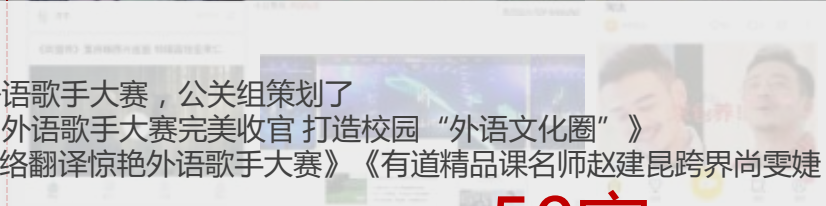
在微博中，针对大赛前期宣传制作的病毒视频，经过#歌声陪你看世界#话题传播，话题阅读量**1055.1万**，视频播放量**229万**；后期传播歌手大赛现场视频，总播放量达**389万**，话题#有道词典校园外语歌手大赛#，阅读量**3747.7万**。

公关传播：多方PR，品牌效果传播

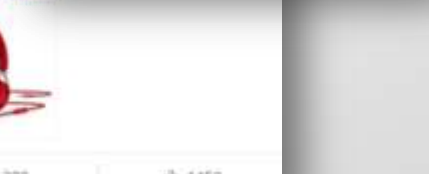
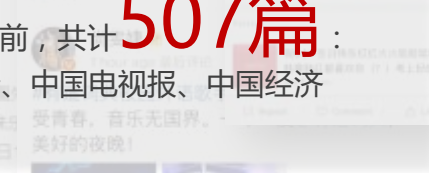
公关界

4A广告门

微信



广告门 - 首页焦点图；人民日报客户端；秒拍；粉丝网 - 首页焦点图；当代娱乐 - 首页焦点图；环球娱乐资讯 - 首页焦点图等



有道词典2017全国校园外语歌手大赛，公关组策划了《有道词典2017全国校园外语歌手大赛完美收官 打造校园“外语文化圈”》《所唱即所译 有道神经网络翻译惊艳外语歌手大赛》《有道精品课名师赵建昆跨界尚雯婕，联席点评校园外语歌手大赛》

三篇官方稿件，以及四篇营销媒体深度稿件。邀请到场媒体共计 **50家**，目前发稿率超过90%，后期电视媒体和平面媒体陆续发布中。目前，共计 **507篇**：TV媒体11篇，平面媒体6篇，微信公众平台94篇，网络媒体396篇，包括BTV每日文娱播报、BTV晚间新闻、中国教育电视台、人民日报客户端、中国电视报、中国经济导报、爱奇艺、搜狐视频、秒拍、第一视频、音悦台、粉丝网、广告门、公关界007、广告头条、4A广告门等重点媒体。

电视媒体报道：
BTV每日文娱播报
BTV晚间新闻



4 效果&反馈



效 果

4802.1w 活动期间，#有道词典外语歌手大赛#相关话题微博传播累计覆盖人次

线下覆盖人数350w+，总决赛当晚上座率95%，到场人数3000+

总决赛当天，逾632w粉丝观看当晚直播

移动端官网PV：1964万 UV：890万

大赛共计2089人报名上传作品参赛，互动数达683w

合作发稿媒体共计50家，发布相关稿件共计500+篇