

# 荣耀9发布及上市PR传播

- ◆ **广告主**：华为手机
- ◆ **所属行业**：电子产品
- ◆ **执行时间**：2017.05-2017.06
- ◆ **参选类别**：媒介整合类

- 自2016年以来，智能手机市场增长趋缓，基于电商平台的互联网手机市场进入下半场，竞争空前激烈：一方面，在消费升级的带动，2000-4000元价位档成为手机厂商新的聚焦带；另一方面，元器件成本普遍上升，厂商利润空间受到挤压。
- 荣耀9是荣耀品牌双旗舰战略的核心产品之一，承载着品牌中高端卡位、产品创新突破、销售冲量的三重使命，是荣耀品牌突围互联网手机发展瓶颈，锻造行业引领者地位的重要一环。
- 荣耀9有清晰的目标人群定位：一. 既有人群-白领男&小康男：极度关注产品性能，相比配色等外在因素、更关注手感等主观因素，重视产品口碑；二. 拓展人群-1. 高教育程度白骨精：具有较高的文化自信，追随潮流而非泛时尚，高度关注黎贝卡等小众时尚潮流平台；2. 收入尚可、社会地位较低的女性群体：追求时尚，但接触不到上一类人群的触媒环节，大多为泛时尚，追随心理极强；3. 高级打工女性群体：出身普通、教育程度一般，但内心对成功极度向往，价格极度敏感。

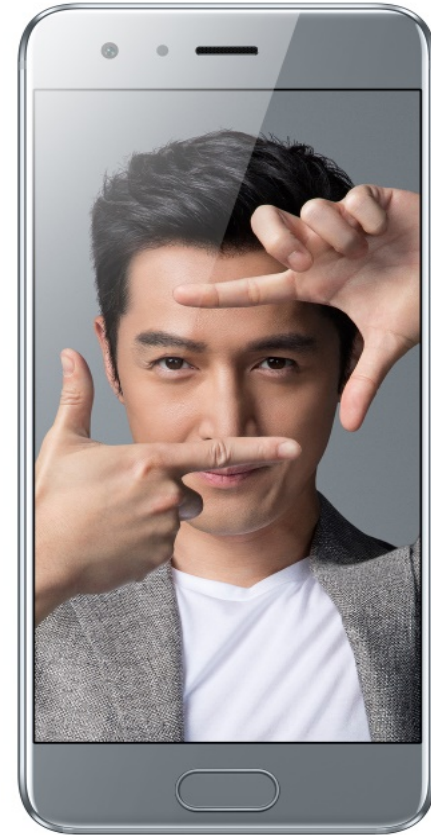
- **营销策略**

- 以“打造科技潮品”为荣耀9核心营销策略，凸显“潮流美、科技美”的产品核心竞争力，借势明星强大吸粉效应，通过注意力营销、产品力营销、销售力营销最大化传播声量：以新思维话题牵引，从行业议题到消费者消费观引领；以科技创新、设计创新为切入点，升华产品力传播，激发消费欲望；以场景包围驱动销售转化，全方位覆盖目标受众。

- **传播策略：**

- 注意力营销：主要目的在于在产品发布前期拉动行业及消费者的关注，将荣耀引领互联网手机下半场、荣耀登顶等议题与斯坦福的美学、工艺、拍摄、音乐体验相对应，用新思维建立产品性能、性价比之外的优势。
- 产品力营销：潮流美与科技美：产品力聚焦潮流美与科技美，以外观、拍摄和音乐打造斯坦福竞争优势，代言人之美多角度映射斯坦福之美，建立、丰富产品认知；
- 潮流、拍摄与音乐：多领域KOL产品Seeding，分阶段引爆群像效应，专业人士产品力背书，辐射普通用户；
- 矩阵传播：多形式：在传播图文传播外，加大视频、音频等传播形式比重，多渠道：围绕目标受众进行针对性渠道选择，有效触达并实现销售引流；
- 销售力营销：通过产品力传播、销售引流传播、受众覆盖传播、生活方式传播四种方式

- 1. 第一周：注意力吸引——剥丝抽茧引爆代言人、手机新品爆款色猜想。
- 具体动作：沟通腾讯娱乐曝光胡歌奶奶灰发型照，悦己等时尚媒体以及娱乐类微信大号全覆盖，引发全民热议胡歌奶奶灰造型。“胡歌奶奶灰”引爆全网，并登各大搜索排行榜。同步在新科技媒体传播荣耀赢得奶奶灰首发权。
- 2. 第二周：拉升期待值——产品名正式公布、代言人呼之欲出。
- 具体动作：搜狐、中关村在线等门户垂直媒体全覆盖扩散荣耀9信息，引发各界对新品高关注度。贴吧曝光胡歌6月12日上海行程，引发胡椒粉疯狂关注讨论。剪辑胡歌代言线索视频，借胡歌的明星影响力，抢占话题点。行业KOL曝光荣耀9谍照图，引发期待与猜想。

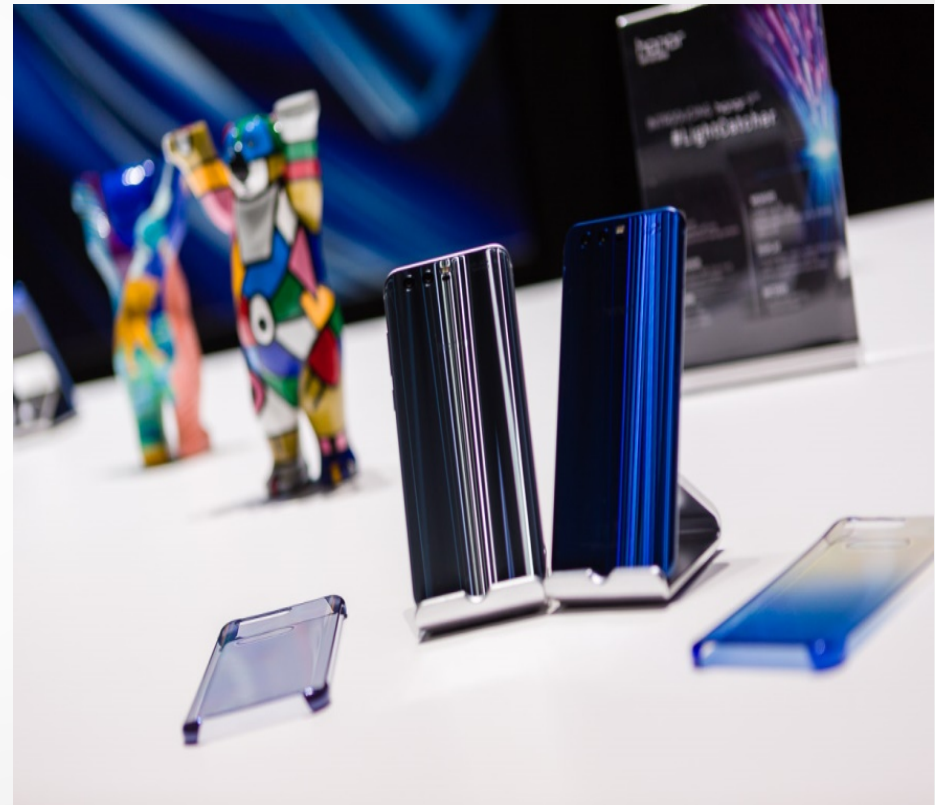


- 3. 第三周：引爆发布会——代言人正式公布、产品真机图混淆视听。
- 具体动作：行业KOL曝光样张、系统及其他产品功能点，拉升产品声量。沟通自媒体大号深度解读胡歌和荣耀品牌契合值。@三表龙门阵上线搞笑视频广告，多渠道扩散胡歌代言声量。#截胡小分队#晒与胡歌同框照赢发布会门票活动，区域类微信营销大号扩大传播，阅读量高达23万；
- 4. 发布会媒体邀请：现场邀请450家媒体/自媒体参与盛会，41家媒体高层专访（群访）。



## • 发布会传播落地

- 发布会新闻稿件落地366频次，今日头条&搜狐客户端平台扩散稿件185篇，多维度扩散荣耀9核心卖点；
- 科技KOL&潮人微博发布249条，微信大号发布153篇，其中@张猫要练嘴皮子 微博大号合作，视频播放量337万，图赏评测落地50篇；
- 平面媒体落地53篇，扩散荣耀9 发布信息；
- 专/群访媒体报道落地14篇，对荣耀双旗舰策略、荣耀营销动作以及品牌塑造等进行扩散；





- **发布会声量**
- 百度指数：6月12日发布会当天，荣耀9+华为荣耀9百度指数达到480万
- 微信指数：6月12日135万，6月13日139万；
- **媒体ROI**
- **荣耀9媒体反馈：**
- 荣耀9实现了ID设计、制造工艺和产品体验的再次进化，成为智能手机领域“科技潮品”形象担当——海报时尚网
- **用户转化+销售转化**
- 1、发布28天全球出货量超百万台。
- 2、京东618期间，斩获16日手机品类单品销量冠军/18日新品手机销量冠军，京东热销手机排行榜第一名。

