

荣耀手机的荣耀之路

- ◆ 广告主：华为荣耀
- ◆ 所属行业：3C数码
- ◆ 执行时间：2017.07.01-09.01
- ◆ 参选类别：效果类

- **背景：**

荣耀在经过几年的沉积到现在，想要树立明确的品牌形象，以及使得“荣耀”这个品牌更加的深入人心。

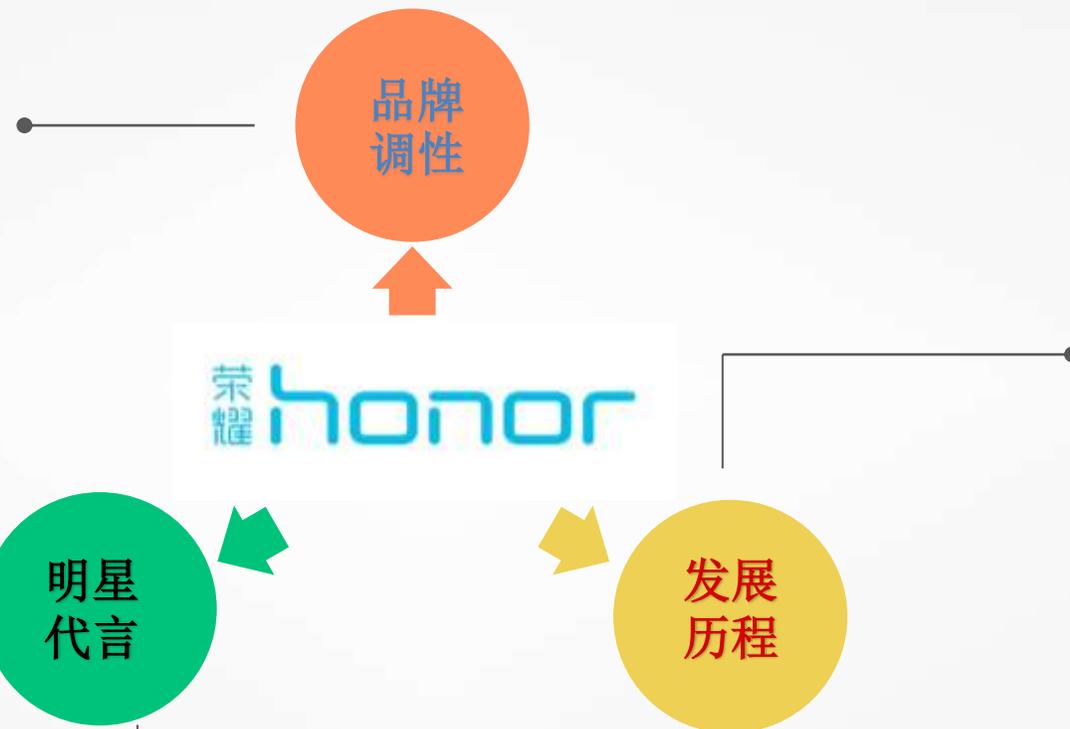
- **初衷：**针对荣耀现阶段所面临的情况和问题，结合荣耀的述求，对症下药的开展一系列营销活动，提高品牌声量，奠定品牌调性。

- **目标**

想把荣耀打造成不仅仅是一个知名品牌，更是一种符号，是时尚与实用并重，高性价比的象征。营销的最大能效就是树立形象，而我们的目的就是让荣耀所塑造的形象深入人心。

- **挑战和困境**市面上同类型竞品较多，主打优势接近，如何在一众目标客户相同，功能相近的竞品中脱颖而出是现如今最大的挑战，再加之现在手机已经趋近于快消品，人们更趋向于功能而不是品牌，所以此时品牌文化的树立显得尤为的重要。

平等，开放，去中心化。
追求性价比，瞄准轻奢
人群，追求更酷的、极
致的用机体验



华为旗下在2013年推出的互联网手机品牌，拥有荣耀9、荣耀V9、荣耀畅玩6A、荣耀8等热销产品

孙杨，胡歌等一线明星站台，吸引转化大量粉丝用户，标明了时尚青春的品牌形象



@OPPO



@VIVO智能手机



@小米手机



@魅族科技

强敌环绕



企业官V榜第三

- **人群洞察**

荣耀相比于华为更加青春化，时尚化，而荣耀面对的目标人群正是年龄18-30的轻奢人群，这类人，经济基础相对不厚实，追求高性价比，在外观上追求新颖，时尚。崇尚与众不同。

- **核心策略**

超粉的使用给营销推广带来了很大的助益。新增的一些功能包括营销目的的选择，与博文互动人群的选择，都可以让我们的定向更加的精准，产生更大的效果。

- **案例亮点**

在投放之前，定向是重中之重，我们要确定文案亮点，投放目标，然后指定与之匹配的定向进行投放。在投放过程中，针对投放效果，对投放定向不断进行调整，最大限度的保证了投放的精确。

目标人群年轻化，网感强，
个性化，喜欢接地气、风
趣搞怪的风格

接地气



内容接地气，风格多变，
彰显个性

荣耀手机性价比高，受众
是对价格敏感的人群，乐
于参与活动

活动多



互动+参与活动
+转发抽奖

分享品牌新动向和促销信息
是蓝v账号的重要价值

消息快



预售、开售、折扣
信息第一时间放出，
给粉丝优越感

不同素材内容使用不同营销目的，对症下药，从源头提升博文整体的触达和互动

广告类型

以触达为目标

提升广告的曝光及社交互动



提升品牌知名度

向尽可能多的潜在用户推广广告,提升品牌影响力



提升博文互动

以博文互动为目标,尽可能多的推广博文



增加视频观看量

向更多潜在客户推广观看视频

以转化为目标

帮助您找到潜在用户



提升网站访问及转化

投放给更多会对短链,按钮等进行跳转的用户



增长粉丝

以增长更多粉丝为主要目的



增加应用安装量

投放给未安装的潜在用户



增加应用使用量

投放给潜在应用使用用户



收集销售线索

收集对本产品有意向的用户信息



本地商户推广

本地商户推广,吸引周边顾客到店消费

粉丝关系 荣耀手机 荣耀honor 荣耀官方旗舰店 荣耀智慧生活 赵明-George 张晓云Glory

人群属性 性别: 男 年龄: 不限 地域: 仅限中国大陆地区

社交兴趣图谱 广泛兴趣: 不限

投放平台 网页 苹果 安卓 其他终端

推广给目标用户的粉丝 推广: 不限

投放时间段 不限

花费 : 9000

曝光量 : 860483

互动率 : 0.21%

单次互动成本 : 5.01

一开始，投放账号矩阵中的账号，互动率不错，但想要更多外部粉丝的参与



想要更好

粉丝关系 不限

人群属性 性别: 男 年龄: 不限 地域: 仅限中国大陆地区

社交兴趣图谱 广泛兴趣: 手游 网游 动漫 数码产品 电脑及配件 互联网 软件

投放平台 安卓

推广给目标用户的粉丝 推广: 不限

投放时间段 不限

花费 : 5000

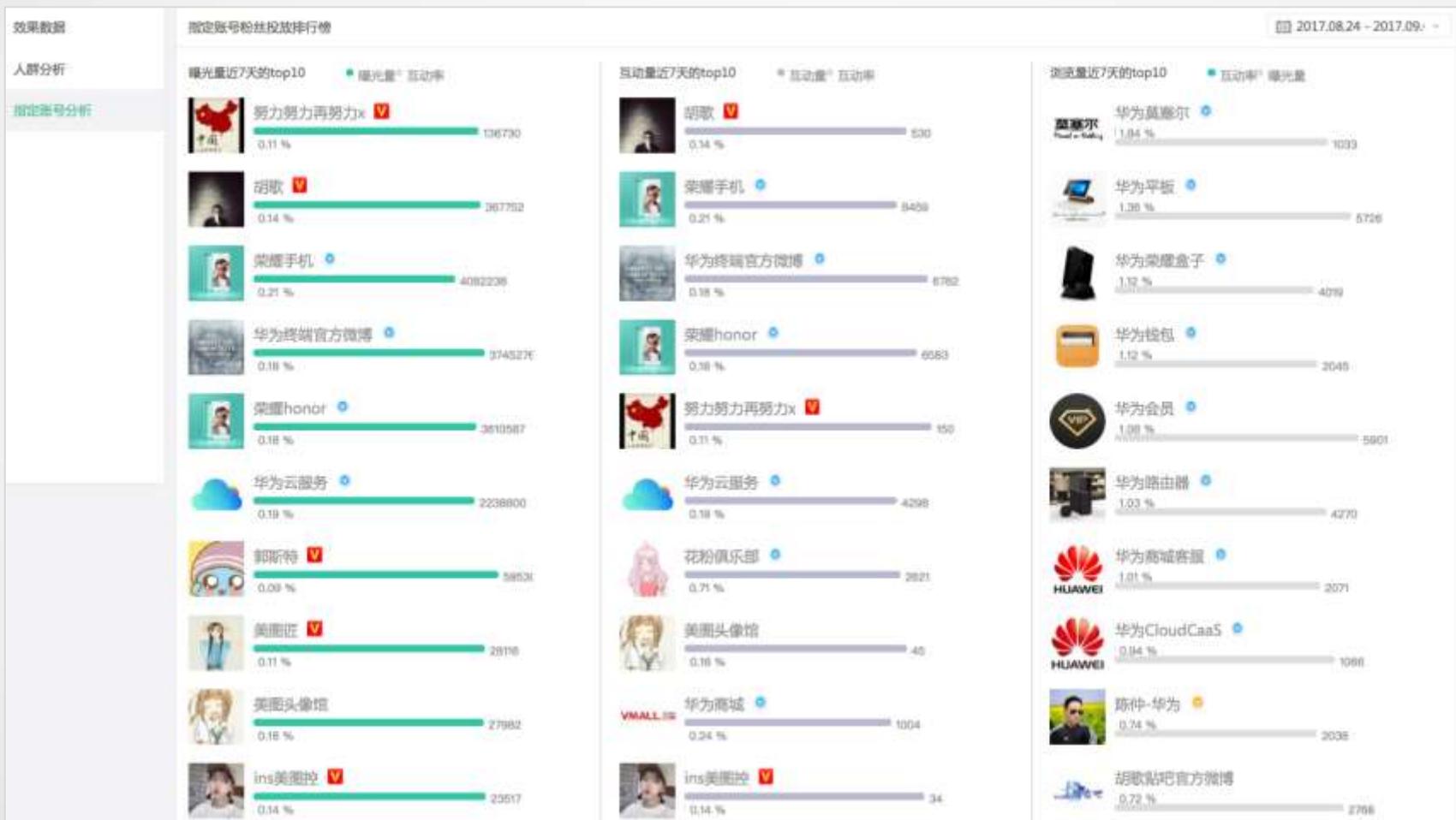
曝光量 : 403,370

互动率 : 0.20%

单次互动成本 : 5.68

尝试新定向，兴趣设置更精准

效果不错，虽然单次互动成本略高于阵营号，但能有效扩展外部粉丝



投放频繁的客户，尤其需要寻找更多效果好的新账号

@张艺兴、@胡歌以及@荣耀手机等强相关的账号效果不错，可作为常规投放选择。

- **效果**

- 投放维度从6月份计算，平均的单次互动量保持在10元左右，还有继续的下降的趋势，ECPM值保持在12.5，随着超粉时代的到来，效果得到了进一步的优化，平均每次互动率都在0.13%及以上。

- **反馈**

- 华为荣耀系列产品在业内都是有口皆碑，一贯保持着高水准。荣耀作为青春品牌，价格虽然亲民，但是质量依旧保持了品牌对耐用性，实用性上的高要求。