

荣耀平板V7 Pro 自由创造力

- ◆ 品牌名称：荣耀
- ◆ 所属行业：3C
- ◆ 执行时间：2021.07-12
- ◆ 参选类别：跨界营销类

● 项目背景

荣耀高端系列平板于21年7月份上市，作为荣耀品牌独立后的第一款旗舰型平板，塑造高端定位至关重要。

- **产品定位：**商务创造力工具
- **目标人群：**追求极致科技体验及有移动办公需求的商务白领
- **营销诉求：**需基于现有产品定位，围绕商务场景塑造产品高端形象，打透“商务创造力工具”人设，提高产品声量的同时促进销售转化。

● 营销挑战

- ✓ 如何从过去的「年轻潮流」受众进攻「商务白领」群体？
- ✓ 如何从过去的「影音娱乐高性价比」实现进阶「商务高端档位」突破？
- ✓ 如何从过去的「科技潮美的年轻人创造力工具」产品定位晋升塑造「商务创造力工具」的用户认知？

● 营销目标

塑造产品高端定位的用户认知，提高产品声量的同时促进销售转化。

● 策略思考

如何实现进阶升级并打透圈层？我们从TA的「心理需求」及「触媒习惯」2大方向进行了探索

【营销触点-心智】探寻目标人群的**需求共鸣**

锁定目标用户
找到最短的用户接触路径



追求极致科技体验及有移动
办公需求的商务白领

寻找需求共性
激发TA的情绪共鸣



后疫情时代进入自由困境，加
之移动办公需求激增，渴望
“多元且自由”

关键词「自由创造力」，以此传递职场态度

- ✓ 不是被工作束缚，而是用能力驾驭工作；
- ✓ 不是被工作安排，而是能自由安排工作；
- ✓ 不是被当工具人，而是更好地利用工具。

● 策略思考

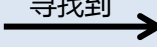
【营销触点-媒介】探寻高端商务白领触媒习惯

用什么？



办公软件

寻找到



钉钉

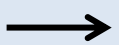


WPS



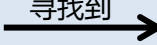
印象笔记

看什么？



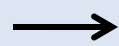
意见领袖

寻找到



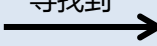
秋叶——办公类头部IP，秋叶PPT系列品牌创始人、粉丝矩阵3000W+，付费学员100W+

信什么？



趋势报告

寻找到



权威媒体发布的行业趋势白皮书

结合荣耀强大的品牌背书及媒体矩阵流量优势，挖掘上述软件/IP进行「强强联合的跨界营销」

● 核心策略



跨界内容

3大跨界策略，5大跨界对象

办公工具 x 办公软件

3大办公巨头软件助阵



钉钉、WPS、印象笔记，王者间的强强联合，实现办公软件+办公工具的完美结合

办公工具 x 领域头部IP

1个垂类头部IP用户证言



秋叶——秋叶PPT系列品牌创始人、粉丝矩阵3000W+，付费学员100W+

知识领域头部IP证言，从专业角度强有力地夯实产品技术卖点

办公工具 x 行业趋势

1大趋势报告占领用户心智



洞察行业趋势，权威数据发布白皮书：荣耀平板领衔移动办公趋势

多种承载形式提升用户认知

- 平板实操炫技
- 400+社群渗透
- 连麦直播实操
- 品牌专区搭建

创意内容①

3大巨头办公软件助阵

王者间的强强联合，精准狙击职场白领人群，塑造移动办公趋势下最佳生产力工具的认知



WPS

- 国内最受欢迎的头部办公软件
- 月活跃设备数突破**5亿**



钉钉

- 线上办公及学习首选软件
- 用户数超**3亿**，日活用户超**1亿**



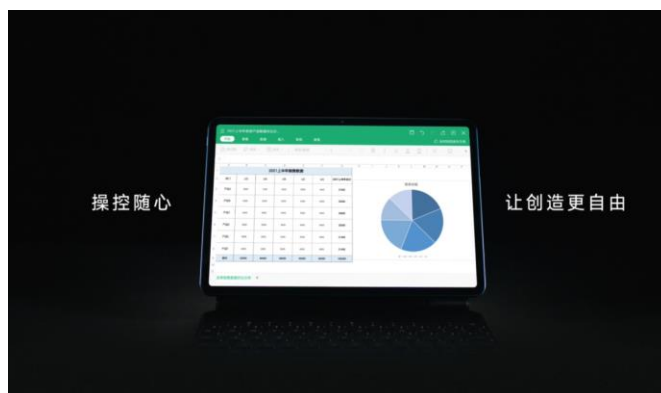
印象笔记

- 学习工作效率类软件
- 国内用户数破**2亿**

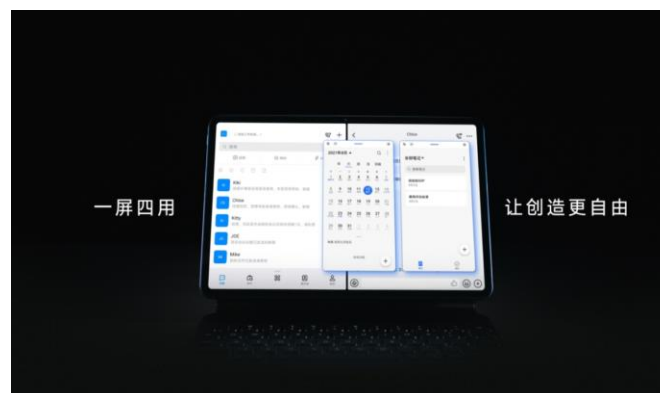
内容亮点1：WPS、钉钉、印象笔记齐齐发声，一呼百应全网期待

结合他们与产品的特性及特点释放产品卖点，巧妙融入产品核心功能点，在预热期强势输出产品商务自由创造力定位。

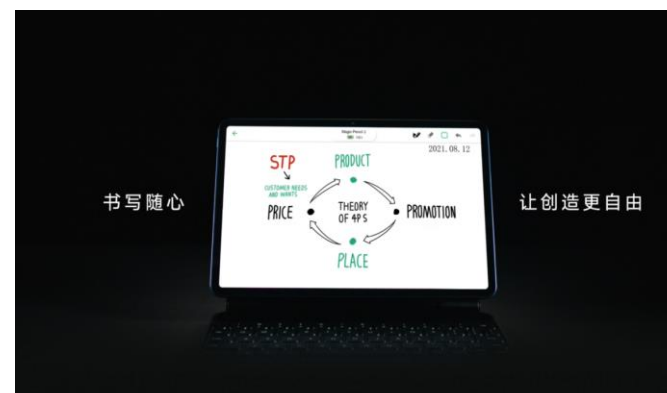
- ✓ 基于“笔键三位一体”卖点，选择WPS，推出：**随心操控，让创造更自由**
- ✓ 基于“智慧分屏”卖点，选择钉钉，推出：**一屏四用，让创造更自由**
- ✓ 基于“magic-pencil 2”卖点，选择印象笔记，推出：**书写随心，让创造更自由**



视频地址：
<https://www.xinpianchang.com/a11715126?from=UserProfile>



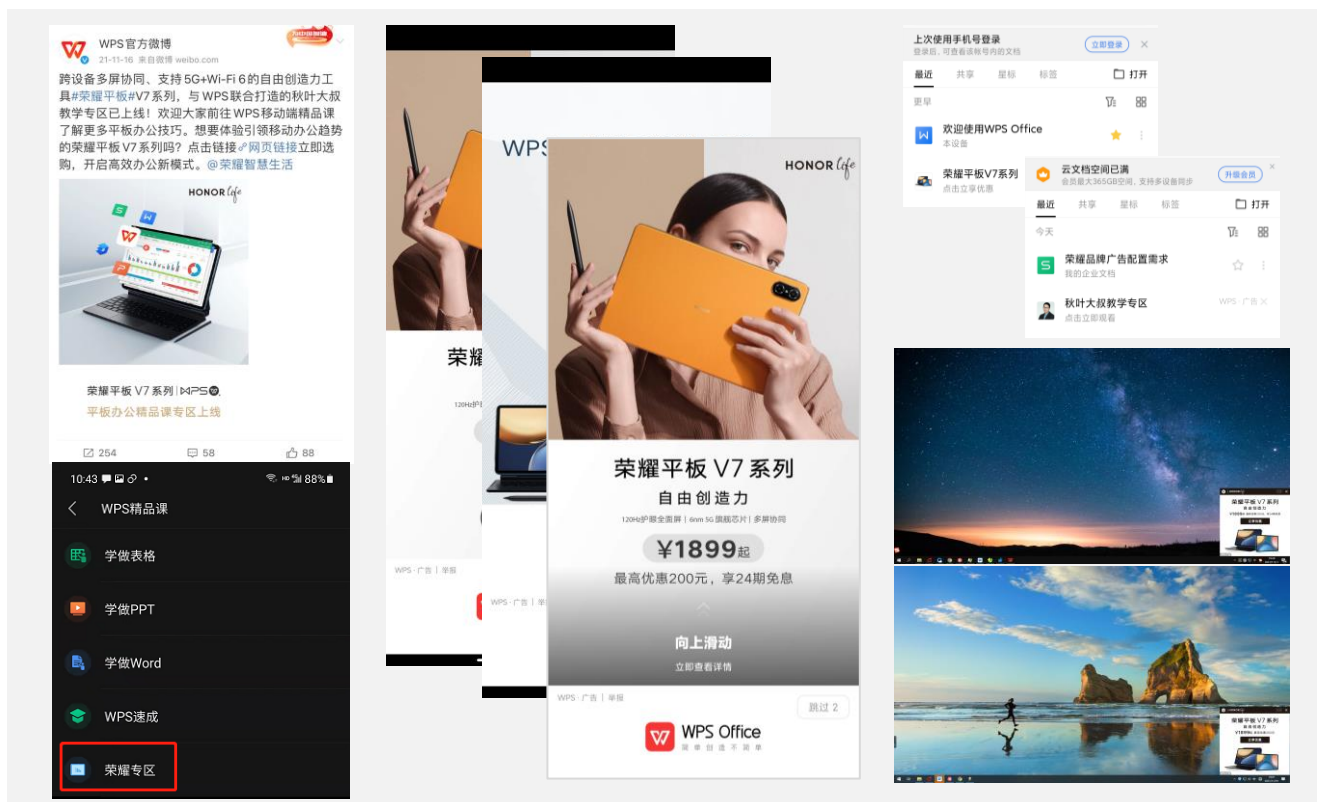
视频地址：
<https://www.xinpianchang.com/a11715112?from=UserProfile>



视频地址：
<https://www.xinpianchang.com/a11715104?from=UserProfile>

内容亮点2：搭建WPS荣耀品牌专区，聚合核心传播内容，硬广跳链商城促销售转化

于WPS安卓移动端精品课开设荣耀品牌专区，聚合秋叶团队的教程视频供用户免费观看使用，同时页面设计凸显产品亮点内容。并于站内多个资源位置进行强势曝光，促进销售转化。



- ✓ WPS官方微博发布精品课专区预告
- ✓ 精品课专区入口曝光**一个月**
- ✓ 硬广曝光（含销售推流、双十一当天曝光量**150万**）

开屏**180万**

首页信息流**200万**

气泡**120万**

创意内容 ②

1个垂类头部IP用户证言

专业的用户证言加持，行业领衔头部大神下场夯实产品实力，强化用户认知

秋叶——知识付费领域的头部IP



- WPS特聘专家
- 秋叶商学院创始人
- 秋叶PPT系列品牌课程创始人
- 旗下孵化秋叶PPT、秋叶Word、秋叶Excel、秋叶大叔等系列短视频账号

付费学员100w+

出版图书销量300万册

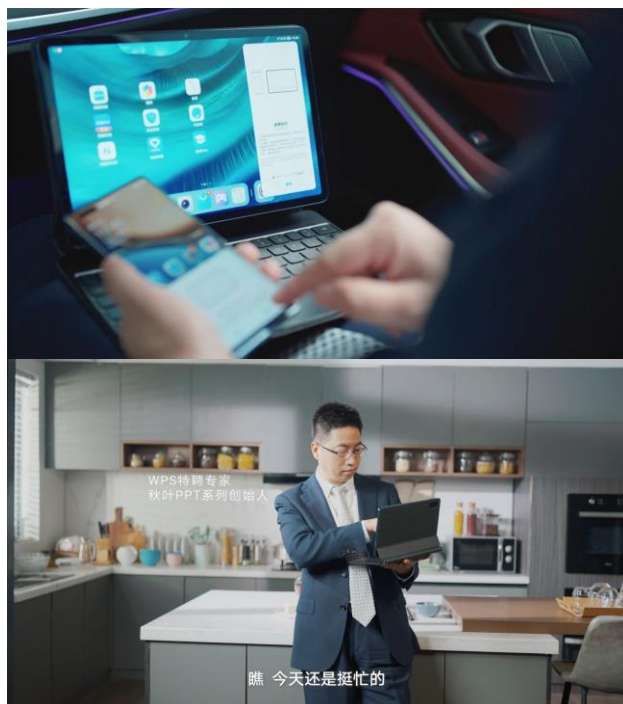
粉丝矩阵超3000w+

微博十大职场原创博主

内容亮点3：@秋叶 产品体验，专业用户证言加持夯实产品力

知识付费领域的头部IP——秋叶，输出《秋叶的一天》视频，以微电影伪vlog风格输出自由创造力理念

作为WPS特聘专家、秋叶PPT系列品牌课程创始人，粉丝画像为北上广对办公有重度需求的人群。其自身内容领域及粉丝层面均与本次传播高度匹配，能从专业及权威的角度强而有力地夯实产品力，强化移动办公趋势下最佳生产力工具的用户认知。



内容亮点4：荣耀智慧生活专场直播秋叶连麦

邀请秋叶使用荣耀平板畅连功能连麦直播间，并使用多屏协同功能投屏至现场的荣耀智慧屏，连麦方式完美展现产品两大功能卖点，并于现场实操制作PPT，展现手写笔及多屏协同的使用。

畅联语音通话连麦

多屏协同-平板&智慧屏

多屏协同-平板&手机

手写笔

蓝牙键盘



内容亮点5：秋叶系列矩阵实操办公教学视频，强而有力地诠释产品软硬件技术，夯实产品力

基于秋叶在WPS教学专业领域内的影响力，邀请其团队使用产品输出PPT、Excel、Word教学视频共十条，释放产品卖点，并于相对应的抖音及微博账号上发布。（后续集合发布于WPS专区页面）



内容亮点6：秋叶团队直播带货、社群推荐、自媒体传播

双十一当天，秋叶团队于双十一直播间内带货“荣耀产品V7系列”展示《秋叶的一天》广告，并现场实操讲解带货。另于秋叶**400+社群**传播核心视频及产品信息，超高质量粉丝反响强烈。



创意内容③

1大趋势占领用户心智

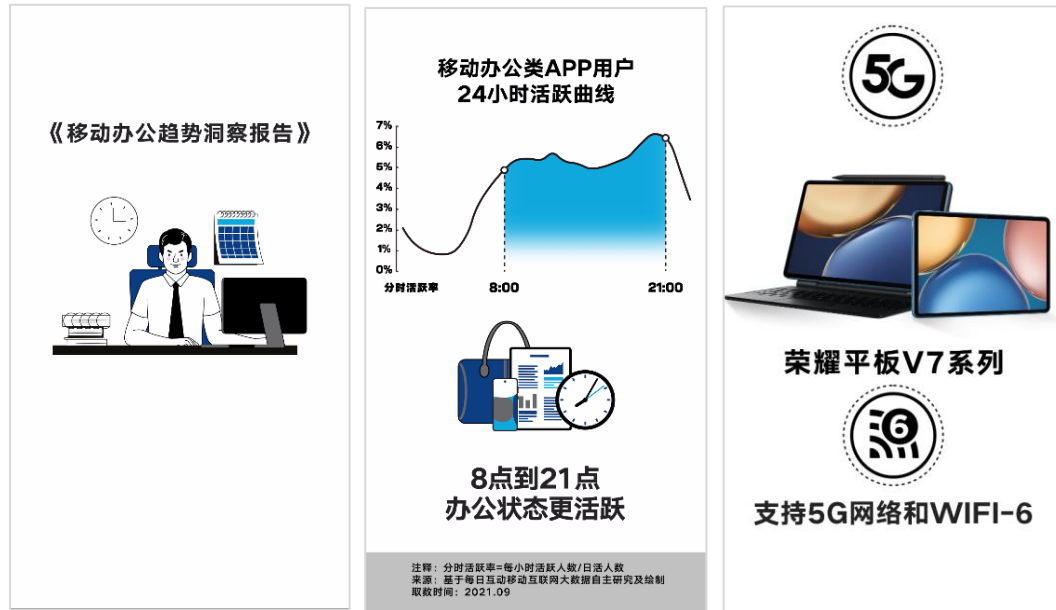
行业趋势洞察，联合WPS发布权威数据视频白皮书，背书荣耀平板引领移动办公趋势

《移动办公趋势洞察报告》



内容亮点7：联合WPS输出动态视频白皮书，强化平板商务办公工具标签，荣耀平板引领新趋势

洞察移动办公趋势，数据证实移动办公需求激增，使用平板办公将成为新趋势，释放荣耀平板V7系列引领移动办公新趋势的讯息。并于视频结尾释放使用平板绘制的花絮。



基于此次传播，围绕商务办公人群及商务场景，产品的“自由创造力”标签得到了很好的释放，塑造了移动办公趋势下最佳生产力工具的用户认知，夯实了产品的绝对实力。

- 核心视频播放量全网累计**1850万+**；
- 秋叶连麦荣耀智慧生活专场直播观看量**1000万+**；
- WPS荣耀专区上线当天曝光150万+，合计曝光**500万+**；
- 引来大量“自来水”，诸多用户好评，引发新一轮讨论；
- 荣获双十一京东会员日安卓平板品类**销量&销售额双冠军**。

- 小杨睡不着嘛:荣耀v七有颜值，性能又很好，便携办公真的很方便。需要的赶紧。
21-11-10 14:43
- 快乐的我xixixi:移动办公真的很便捷，商务人士，谁不想轻松便捷了完成任务呢！
21-11-10 14:42
- 磊磊的花心大萝卜:荣耀平板的质量非常好，与上面描述的完全一致
21-11-11 23:25
- 执伞画晴天:荣耀v7平板真的是方便极致 很好用的生产力
21-11-10 10:03
- 晓安甜甜9:荣耀的东西都很不错我之前用的就是荣耀的手机用了好
21-11-9 20:33
- 嘴角上扬-Sweet:荣耀平板配置很给力！诚意满满，值得拥有
21-10-15 16:22
- 此娃日后必成大器:价格合理，颜值好看，续航给力，是物超所值的好产品。
21-10-15 16:22
- 多梦微醒:强烈推荐荣耀v7给我的朋友 办公神器
21-11-10 10:28
- 冷烟茶弹:用了荣耀v7平板感觉各方面都很不错。
21-11-10 10:23
- 入 平板应该也不错吧 以往你爱我不顾一切- 这个平板还是很不错的
21-10-19 12:39
- 可甜可甜de甜:荣耀平板拿来画画，真心不错
21-10-19 12:39
- 嗷呜嗷呜喵:有了荣耀平板移动办公就很容易了呀
21-11-10 07:28

