



Top  
Mobile  
Awards

# OPPO闪冲浓情季短视频营销

- ◆ 广告主：OPPO
- ◆ 所属行业：3C行业
- ◆ 执行时间：2016.1.20—2016.1.25
- ◆ 参选类别：效果类



Top  
Mobile  
Awards

---

# 背景&目标

## OPPO R7s手机年底主打情感公益 “闪冲浓情季”

通过真人采访视频传达OPPO R7s  
【充电5分钟，通话两小时】的人文情怀  
树立品牌形象，提升用户好感



# 传播挑战

1

**碎片时间  
高效沟通难**

移动互联网时代，用户使用智能设备的时间趋于碎片化，如何在该背景下实现高效沟通成为一大挑战。

2

**用户“被广告”  
产生逆反心理**

信息的泛滥和广告的繁杂，让用户本身对“广告”产生了逆反心理。如何让用户接受，并与品牌产生互动则成为另一大挑战。

3

**预算有限**

在预算有限的情况下，今日头条该如何整合平台优质资源，为视频传播提供流量支持和互动保障？



Top  
Mobile  
Awards

---

# 洞察&策略

# 目标用户洞察

OPPO R7s面向的主要目标人群为：

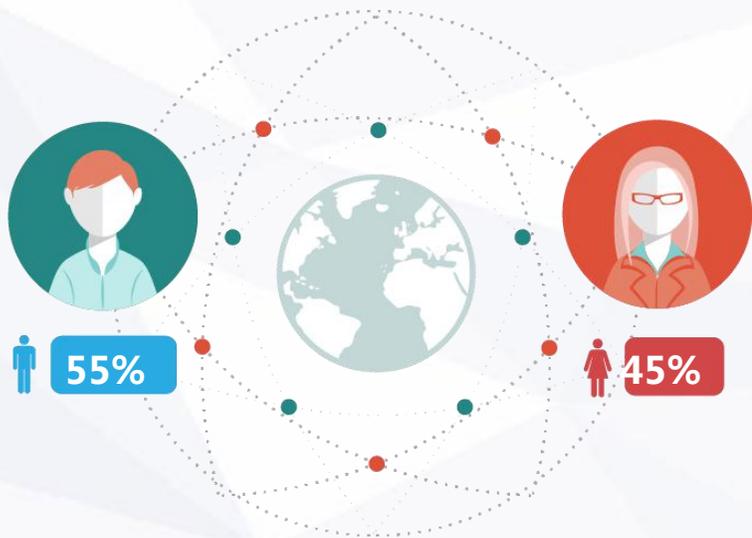
**追求时尚潮流的学生、不同职业的精英、青年男女等**



# 媒体受众匹配

## 用户属性层面

超3.8亿用户实现学生、白领等  
不同职业男女的全覆盖

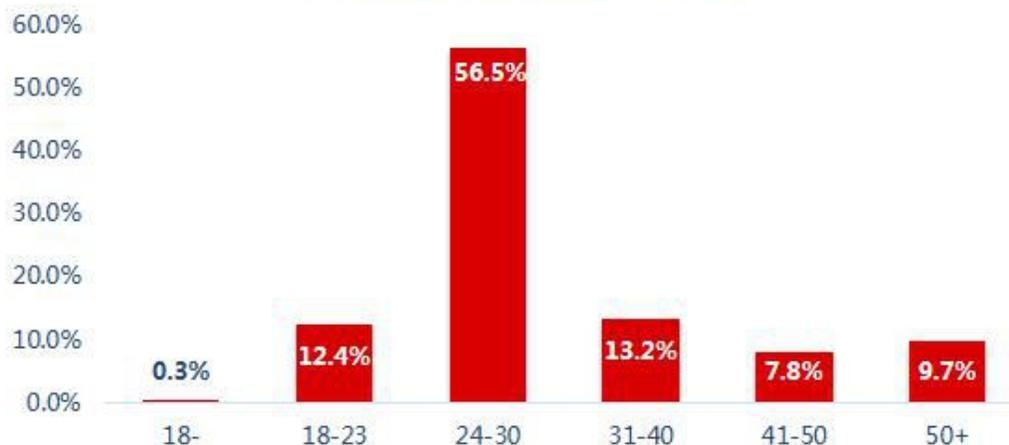


男性用户占比：55% 女性用户占比：45%

## 兴趣特征层面

头条机器算法匹配用户阅读兴趣，  
实现时尚、有活力的用户的精准定位

### 头条各年龄段用户占比



# 核心策略

## 3大突破，实现移动视频的原生推广



### 突破一

打破传统贴片强制观看的限制

### 突破二

实现用户主动获取

### 突破三

实现更多social功能

# 核心策略

今日头条深化应用**3.8亿用户大数据和精准机器算法架构**

全面开启移动互联网视频营销**新模式 ( POE )**



**Paid Value**

**投放曝光 ( 曝光, 点击 )**



**Owned Value**

**关联传播 ( 评论, 点赞, 收藏 )**



**Earned Value**

**二次传播/溢出曝光 ( 转发 )**

**实现更多溢出价值**

# 核心策略

## 移动视频原生营销

超3.8亿庞大用户 · 机器算法精准匹配

	Paid Value	Owned Value	Earned Value
营销目标	大曝光，高点击 吸引观看，深度沟通	可实现更多social功能 多互动，提升品牌好感	高转发，二次传播 溢出曝光
策略组合	<ul style="list-style-type: none"><li>创意引发深度情感共鸣： 真人采访+公益号召</li><li>优质资源位全程推广： 优选资源+兴趣匹配</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>原生内容触发用户更多social互动： 评论，点赞，收藏</li><li>落地页更多视频关联传播： 聚合系列短视频故事</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>激励机制诱发主动分享： 分享抽奖机制</li></ul>

## 数据量化并追踪用户视频浏览行为

追踪投放效果进行下一次投放的有效优化

# 创意性

## 用户洞察

据统计，66.88%头条用户偏好短视频资讯

## 创意策略

### □ 真人采访

展开叙述，体现品牌的人文关怀，达成情感共鸣，促进二次传播分享

### □ 公益角度

号召人们拿起手机联系亲友，让品牌形象潜移默化影响受众

## 投放策略

锁定视频频道信息流优质资源，通投形式覆盖亿级头条用户



Top  
Mobile  
Awards

---

# 媒介&执行

# 创意执行

“再忙再累也要看看这个视频，十个有九个都看哭了”

软性标题和配图，  
吸引用户关注点击

视频频道  
信息流4-3  
(2016年1月20、25日)



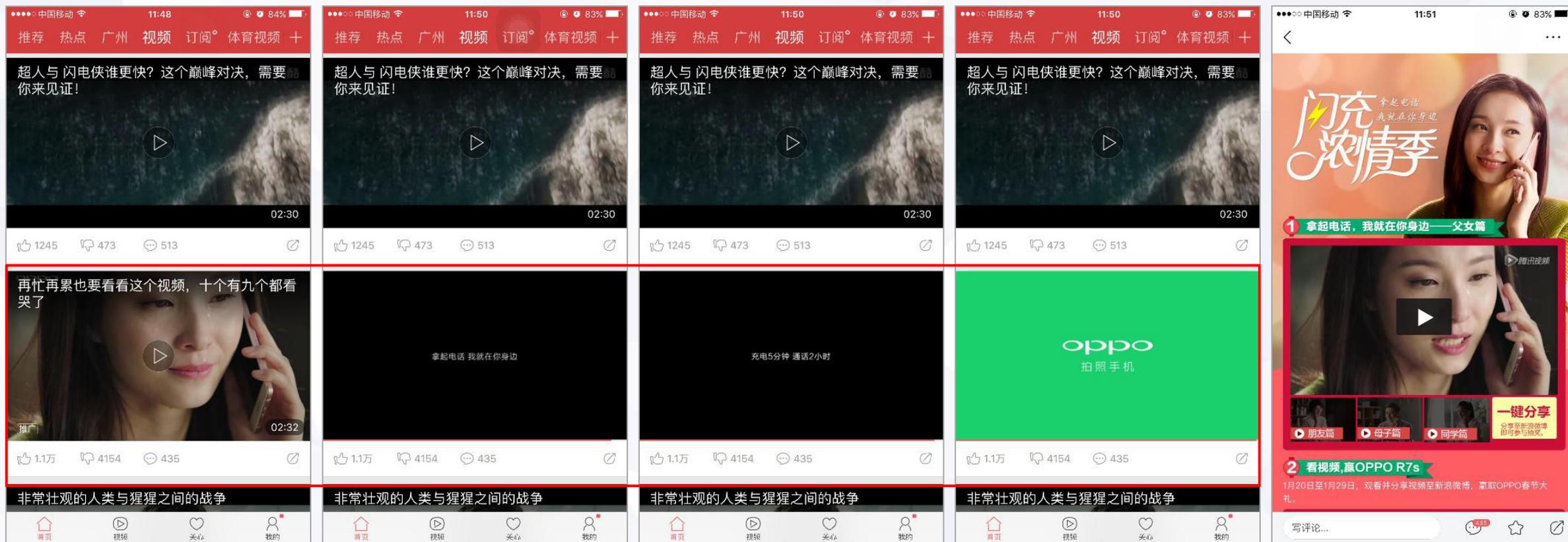
【闪充浓情季】  
落地页全方位呈现  
系列短视频故事

分享抽奖机制引发  
用户助力二次传播

# 创意执行

## 头条【视频频道】强势曝光，页面直接播放增强用户体验

导流聚合页面，观看更多故事，引发转发分享





Top  
Mobile  
Awards

---

# 效果&反馈

# 传播曝光效果



## P 投放曝光

### ■ 推广效果（两天）：

- 预估曝光量：12,000,000
- 实际曝光量：**17,248,099**
- 实际点击量：**1,975,078**

**曝光量超出预估143.7%**

**点击率高达：11.45%**

# 传播溢出效果



## O 关联传播

■ 推广效果（两天）：

- 评论量：**884**
- 点赞量：**17,565**
- 收藏率：**3,815**

## E 二次传播

视频推广仅**两天**

收获 **11,777次**

站内转发分享量

# 广告主反馈

“

OPPO作为一个有温度的企业，在2016年临近春节之际，联合今日头条发起了“闪充浓情季”的短视频营销，充分调动游子们的思乡情绪，扩大了品牌声量。

面对移动互联网的挑战，抓住用户眼球需要全新的策略思考。而今日头条打造的POE短视频营销策略，正好解决了OPPO本次视频传播中面临的挑战，不仅通过平台优质资源对视频进行持续曝光，更是利用了平台特性引导用户互动分享，潜移默化将OPPO的闪充优势和温情理念植入国民心中，达成优质的传播效应。

**此次视频投放效果超出预期近50%，推广仅两天即有千万级的曝光量**，用户14.5%的点击率更是远远超过以往类似项目的投放成绩。今后希望能与今日头条保持紧密合作，实现双赢！

”

——OPPO营销规划与运营部 Dexter