



Top
Mobile
Awards

华为P9新机上市

- ◆ 所属行业：3C
- ◆ 执行时间：2016.4.15—2016.5.20
- ◆ 执行范围：全国
- ◆ 参选类别：大数据营销类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

华为 P 9 新机上市

发布会当天进行线上造势传播



传统新品发布会

单一的开机全屏曝光 单一的广告素材 单一的落地页面

望打破传统发布会风过无痕的曝光形式

目标

大曝光

华为P9作为年度重要期间机型，希望在发布会当天获得**大曝光**，使产品**知名度**大幅提升

高参与

令更多用户**关注、参与**到4.15的发布会直播互动中

高转化

发布会后将消费者的关注直接**转化为购买行为**



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

华为P9发布会

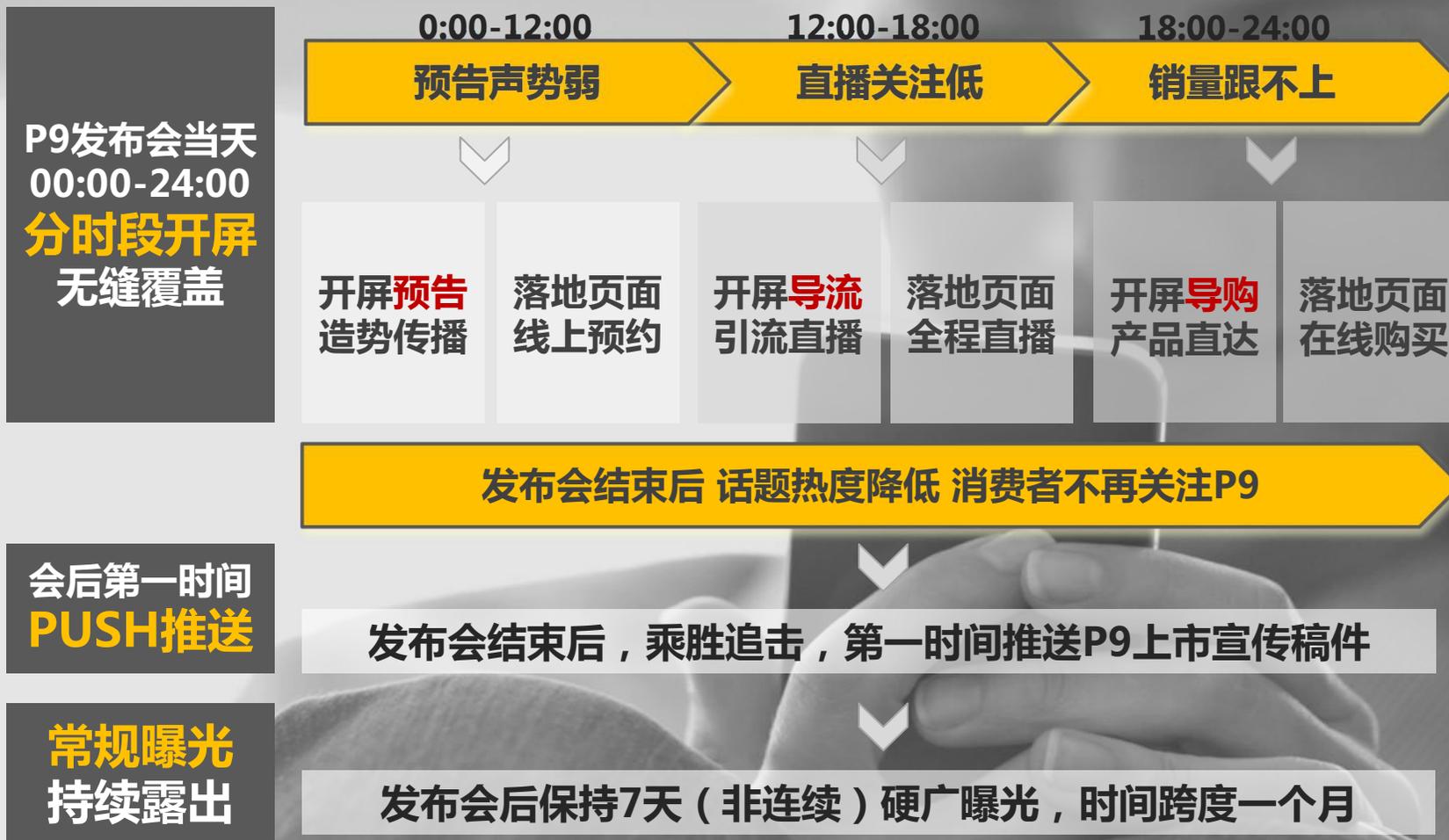
突破传统新品发布会局限



紧抓**消费者**知晓、欲望、学习、购买的**心理决策过程**在有限的预算中实现**最大化的传播效果**
在发布会前、中、后不同阶段**智能切换广告素材**实现不同的传播目标

策略

发布会当天，**分时段开屏**通过活动预告、直播引流、销售引导解决三大痛点
新品上市后，**PUSH推送**及**常规曝光**乘胜追击，令新品热度持续升温





Top
Mobile
Awards

过程&实施

分时段开屏

随华为P9发布会前、中、后时间段变化，各开屏广告素材及导流落地页联动切换。在同一天同一位置实现预告、直播导流、销售引导三个不同推广需求

发布会前**预告**

(00:00-12:00)



发布会中**直播**

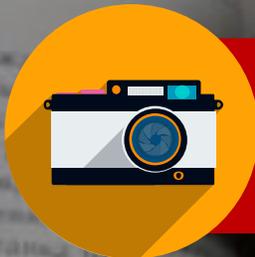
(12:00-18:00)



发布会后**延续**

(18:00-24:00)





一、0:00-12:00 发布会前预告



第一阶段 开屏素材



落地页面 线上预约

阶段目标

令消费者知晓发布会
并立即预约华为P9新机

素材表现

产品卖点、品牌信息
以展示、预约活动类为主



二、12:00-18:00 发布会中直播导流

第二阶段 开屏素材

落地页面 视频直播互动

阶段目标

将更多用户引流至华为P9的新品发布会页面, 令更多用户参与到发布会直播互动中

素材表现

P9发布会直播入口、网友互动信息



三、18:00-24:00 发布会后销售引导



第二阶段 开屏素材



落地页面 在线购买

阶段目标

发布会后乘胜追击，缩短消费者购买欲望与购买行为之间的距离，提高P9销量

素材表现

产品表现、导购类信息
电商页面导流

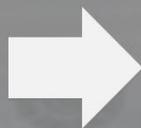
P9发布会结束后第一时间 利用头条新闻PUSH进行推广宣传



PUSH-手机待机情况下



PUSH-客户端打开情况下



PUSH跳转公关宣传稿件

常规曝光 持续露出

发布会后保持7天（非连续）开屏+信息流硬广曝光 时间跨度一个月





Top
Mobile
Awards

亮点&创意

不再是简单的开屏曝光
今日头条首创**分时段开屏**
多素材多落地实时智能切换

华为P9新品发布会当日
用一个**广告位** 实现**三个目的**



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

发布会当日数据

创意标题	创意	投放时段	展示数	点击数	点击率
HUAWEI P9 瞬间定格视界的角度，立即预约		0:00~11:59	4,082,813	221,916	5.44%
HUAWEI P9 瞬间定格视界的角度，正在直播		12:00~18:00	2,042,802	142,244	6.96%
HUAWEI P9 瞬间定格视界的角度，震撼来袭		18:00~23:59	2,253,603	158,311	7.02%

项目整体数据

项目推广周期：2016.4.15发布会——2016.5.20

广告总曝光量：123,025,044

广告总点击量：5,895,909

PUSH推送量：8,401,831