

聚虹光电 虹膜识别新品上市项目合作

- ◆ 广告主：聚宏光电
- ◆ 所属行业：科技
- ◆ 执行时间：2016.5
- ◆ 参选类别：媒介整合类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景&目标

- 1.传统的身份鉴定技术已经不能满足网络时代的要求；
- 2.生物识别技术是大势所趋；
- 3.众筹作为一种新型的消费方式，也开始被大众所接受和认可；

背景&目标

- 1.树立聚虹光电在虹膜识别技术领域的专业地位
- 2.迅速提升虹膜酷客的曝光度和知名度
- 3.为虹膜酷客的京东众筹进行站外引流



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

消费者洞察

年轻极客人群



账户过多人群



资料保密人群

对高科技、生物识别有极强兴趣的年轻人群。

时常忘记密码，或拥有多账户密码，急需有效统一管理的受众。

对资料安全性有较高要求的群体。

通过多平台，进行覆盖全网的社会化传播；

通过电商平台，进行产品众筹预售传播；

通过多种角度，进行持续性的的话题性传播；

通过社会化传播，打造一个鲜明有趣、专业可信的科技产品！



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

创意执行（一）：品牌重塑阶段

企业标志优化：从高冷黑到友好蓝的转变



旧

新



创意阐释：

- 1.摒弃沉闷的黑色，启用明亮的蓝色作为其标志主色，更能凸显其科技感和亲切感
- 2.企业的中英文名称均采用了纤细字体，给人一种简洁舒适、低调冷静感觉

企业官网设计：官网信息架构的梳理、以及视觉重塑



聚虹官网首页效果图，官网链接：<http://www.irisian.com/>

关于产品：命名、定位、Slogan、标志设计

- **产品命名：**

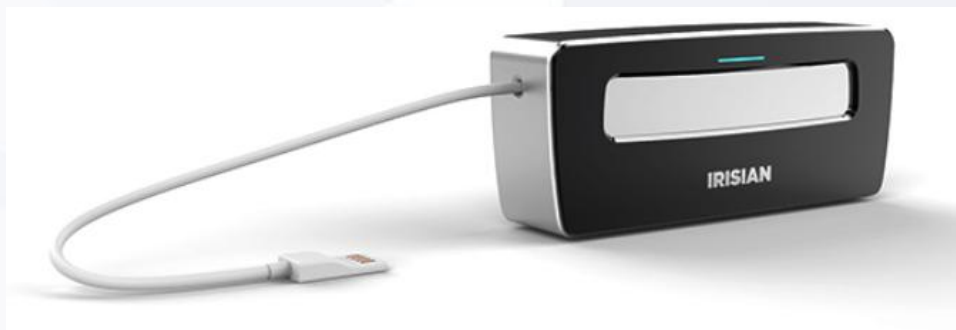
为了突出虹膜识别技术，便将其命名为“虹膜酷客”，这点也体现在标志设计上

- **标志设计：**

虹膜酷客

- **产品定位：**密码终结者

- **产品slogan：**一眼开启秘密世界



创意执行（二）：全网预热阶段

[MSN中文首页](#) > [科技频道](#)

节日营销：

从消费者关注的角度切入，阐述虹膜酷客的功能和作用



#万圣节#虹膜酷客让密码安息，黑客长眠……

饥饿营销：

由官微进行有奖活动，持续曝光产品细节



#一眼开启秘密世界-TA是谁、TA的作用、如何拥有TA#系列活动海报

双微推广：

通过一系列有奖活动，获取粉丝关注，使其了解虹膜酷客

#一眼开启秘密世界-TA是谁#我们又来开奖啦~谜底揭晓：图2的电子狗是最终选定的外壳。它代表着虹膜识别产品的天生忠诚，守护安全。不仅萌值高，更是绝对的实力担当。下期将揭晓这款虹膜加密神器的强大功能，请持续关注@聚虹IRISIAN 见证更多精彩~中奖名单请戳下图。

收起 查看大图 向左旋转 向右旋转



#一眼开启秘密世界-TA的功能#小伙伴们脑洞深深地震惊了我们，为了拥有更酷炫、更神奇、更实用的功能，我们将继续开启脑洞，给大家带去更多方便与安全的产品。此次中奖名单请戳下图。没有中奖的朋友，请持续关注@聚虹IRISIAN ,后续精彩内容陆续呈现！

收起 查看大图 向左旋转 向右旋转



创意执行（三）：上线推广阶段

众筹营销：

从详情页文案，到视觉呈现，凸显真诚和专业的品牌调性



H5互动：

超变态的测试题，戏谑化的互动反馈，暗黑系的视觉呈现

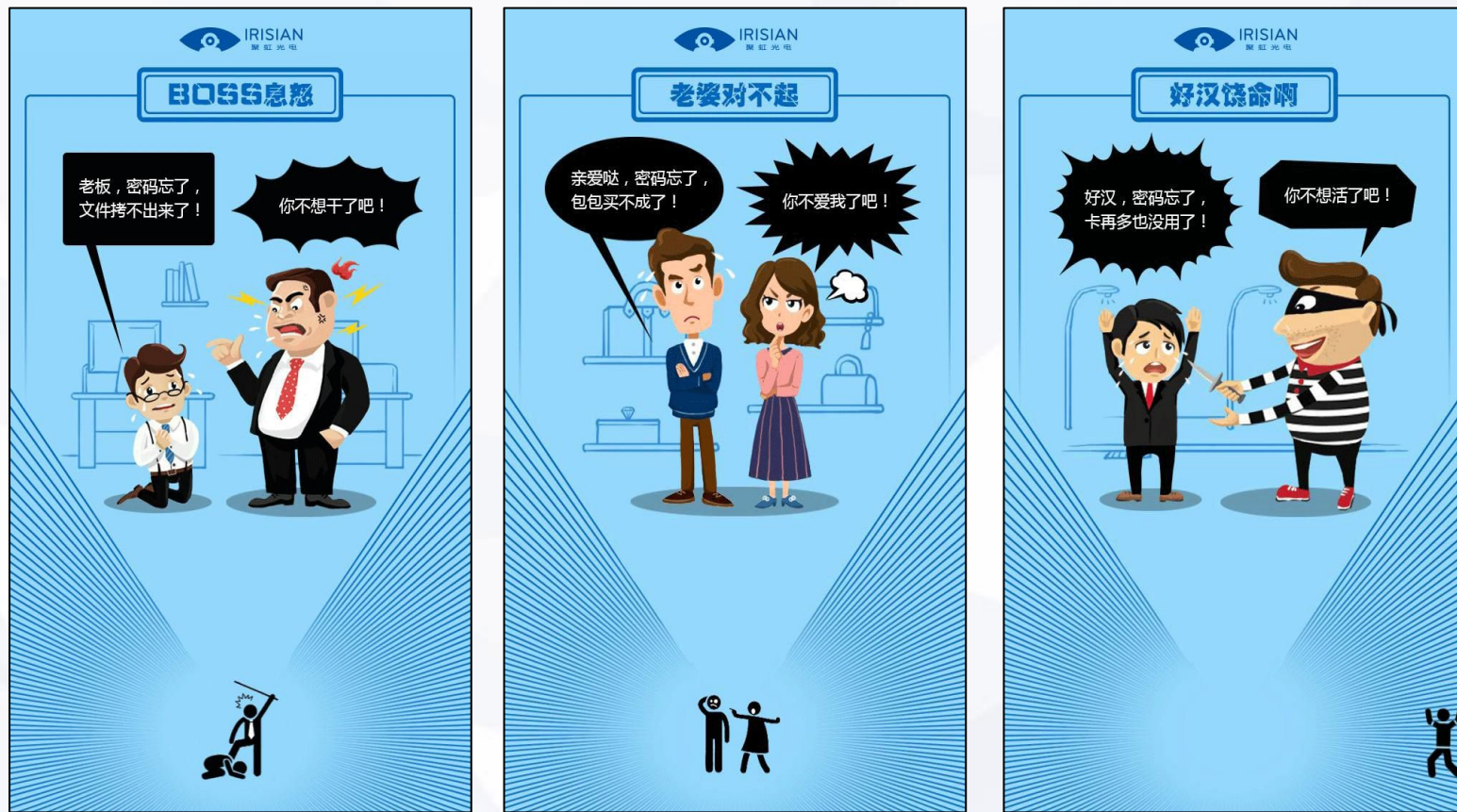


《地球人被变态测试题调戏了》创意设计

创意执行（四）：持续推广阶段

微博活动：

进行关联性、娱乐性较强的有奖互动



解救密码行动#忘记密码，活该被啪#

官微直发：

进行关联性、趣味性较强的内容创作

《看见这组GIF图我忍不住想猜猜他们说了什么》微文配图



《娱乐至死的年代，老干部凭什么惹人爱》微文配图

KOL助推：

以大众熟知的热点，进行大V助推，持续获取关注



TA们都说这是一部屎无前例的邦德片，但是.....



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

效果&反馈



京东众筹既定目标为50W，

结果总目标为将近75W。超过预期！

成功树立品牌形象，打通产品在C端受众人群的销售通路！