

全新 HUAWEI MateBook E 新品上市传播

广告主: 华为

所属行业: 电子科技

执行时间: 2019.04.11-06.30

参选类别: 创新营销类

营销背景

营销背景：二合一笔记本小众却不失市场空间，同时华为二合一笔记本跻身前十，拥有成为爆品的机会；全连接市场容量充裕，华为全连接笔记本大有可为。同时，全新 HUAWEI MateBook E 这款产品的产品力不够出众，想要将其打造为爆品也面临不小的挑战。

营销目标

打造 Windows 阵营二合一产品爆品。

策略与创意

以撩拨情绪，刺激好奇为核心策略。通过产出客观性评测内容，降低消费者对性能预期；通过图像化、场景化、故事化的多维度内容，将产品全时连接特性融入生活方式，进行多圈层种草；切入用户痛点以吸引关注，突显产品对轻办公生活方式改变的助推。

整个案例传播期间，我们通过产出场景化内容，精准投放目标受众触媒并配合合理节奏，达到了有效传播。赏玩会传递沉浸式互动实现强体验，多样化传播实现强种草；联合视觉志专注职场崩溃，刺激大众对灵动轻办公渴望；笔记本第一 KOL 猪汪定调全时连接，多维度内容全方位打造爆；集结摩尔时尚等时尚 KOL 大片风图赏，刺激时尚圈情绪；奇葩不掉线评测团 campaign，挖掘年轻人对 wifi 依赖性，输出全时连接卖点。

视频地址:

躺倒鸭: <https://v.douyin.com/bLyPtc/>

摩尔时尚: <https://m.weibo.cn/status/4385348437956838?>

数字尾巴: <https://weibo.com/1726544024/HzmyBEGRI?type=comment>

执行过程/媒体表现



整个案例传播期间，我们通过产出场景化内容，精准投放目标受众触媒并配合合理节奏，达到了有效传播。根据不同维度、圈层的特点，我们立足行业、产出趣味内容、巧妙优化媒体头部 KOL 内容、在电商平台联合种草、精美图赏+场景化故事引发高度关注，持续产出优质内容。多维度发散产出内容，传播节点聚合发声。

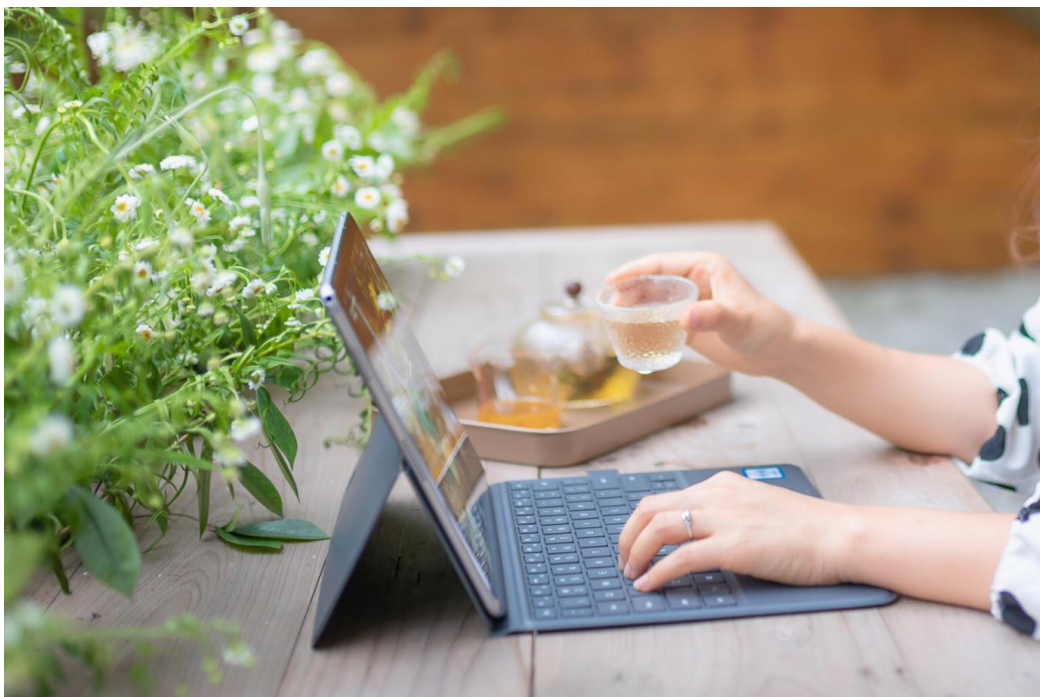


同时，我们根据产品实力客观输出传播，有效降低用户对产品性能的预期；同时主动提前预判高通芯片、运行流畅度等可能出现负面的方面，提前规避舆论风险；在产品首销后持续监测舆情，及时

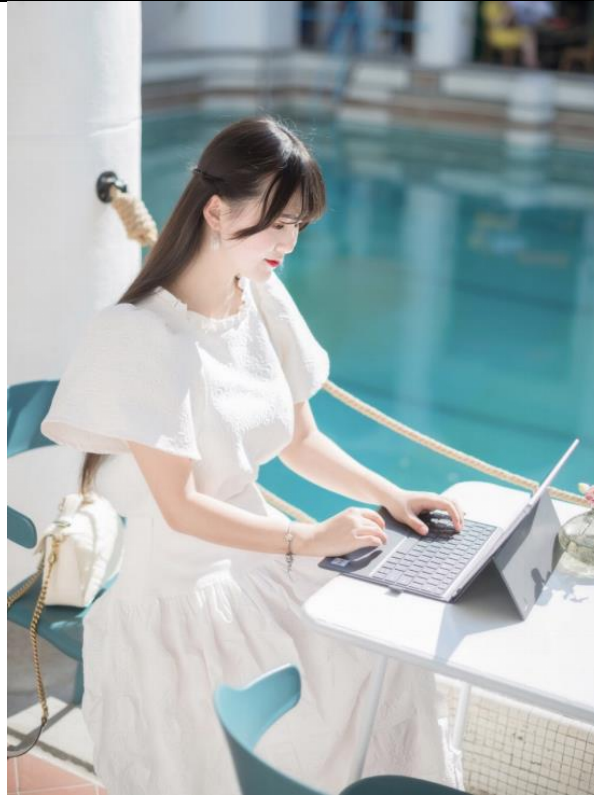
处理、淡化出现的负面舆情, 在不断降低用户预期的同时以场景化内容吸引用户关注, 收获高口碑。



发布期：发布会首次亮相后，集中传播发布会内容引爆热点；同时以灵动轻办公引导舆论，多维度内容同时爆发点燃舆论热潮。



种草期：举行赏玩会，直观输出沉浸式互动实现强体验，并以典型场景评测输出全时连接优势、多样化多圈层内容输出产品 KSP，实现强种草。



首销期：新品首销告捷，这一时期以轻办公生活方式主张持续种草、场景化故事输出产品卖点为销售引流，多维度内容全方位打造华为首款全连接二合一笔记本爆品。



营销效果与市场反馈

华为 MateBook E 自撰稿件共 52 篇，媒体、KOL 约稿共 86 篇，传播总频次：2,500+ 频次，总阅读量：1997 万+，总曝光量 5.1 亿+，权重媒体传播覆盖率：100%。百度搜索【MateBook E】关键词，网页搜索 663 万，上一代 MateBook E 上市时期网页搜索量 245 万，高出其 418 万。

在京东、天猫、华为官方旗舰店等电商平台，华为 MateBook E 整体好评率分别高达 98%，4.9 和 99%，用户口碑持续沉淀。2019 年 618 期间，华为 MateBook E 荣登京东二合一平板电脑销量榜首，2019 年双十一期间，华为 MateBook E 在京东电商平台 10 分钟即破千万销售额。

优质内容频出：10w+ 文章达 24 篇；发布会期间，邀请媒体的朋友圈见刊率达 170%，上一代 MateBook E 见刊率为 55.65%，高出其 114%；发布、首销期间亮点频出，对比上一代 MateBook E 亮点，**不仅具备常规亮点，更有媒体 KOL 主动传播、优质爆文频出等突出亮点。**

KOL 强种草：全新 HUAWEI MateBook E 强种草期间，共约稿摄影、时尚、创拍、科技类 KOL 15 篇，通过摄影游记、时尚图赏、开箱视频、场景化图文等多种形式传递产品卖点，为用户强种草，总阅读量突破 1548 万+；其中选题 pitch 笔记本第一 KOL 猪汪，获得免费内容，定调全时连接，引领舆论。

奇葩测 campaign：极致奇葩测联合数字尾巴、微信 KOL 胡渣少女并配合外围传播，通过体验图文、漫画、vlog、创拍视频等多种形式产出趣味内容，内容总阅读量达 5,648 万+。奇葩测话题 # 没有 WiFi 会死星人 # 成功吸引大量关注，阅读量达 5,036.4 万+，讨论量达 3.2 万+，成功冲上微博全站热搜榜。

超级大号视觉志：携手视觉志专注职场崩溃，刺激大众对灵动轻办公渴望，单篇阅读量达 100 万+，互动量达 10288+。

摩尔时尚创拍：联合摩尔时尚拍摄时尚大片图赏，刺激时尚圈情绪，内容阅读量达 376.9 万+。