够胆来战 惠普战 66 二代系列创意视频

广 告 主：惠普
所属行业：数码 3C
执行时间：2019.06.01-09.11
参选类别：视频内容营销类

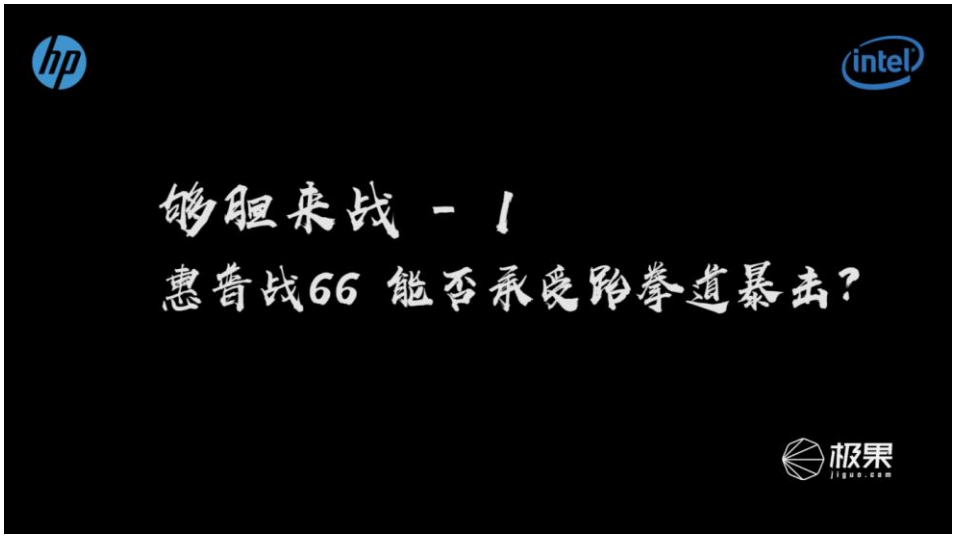
营销背景

笔记本在追求时尚轻薄、全面屏的过程中有些品牌选择减少接口以及扩大屏占比方案，在此过程中却损失了商务本的高性价比以及质量保障，需要拓展坞加持才能保证接口充足问题，笔记本的可靠性和质量问题会存在跌落屏幕易碎情况，在此情况下，惠普战 66 二代高性能轻薄商务本依旧保持丰富接口以及 13 项军工标准，保障商务办公的实用性以及质量保障。

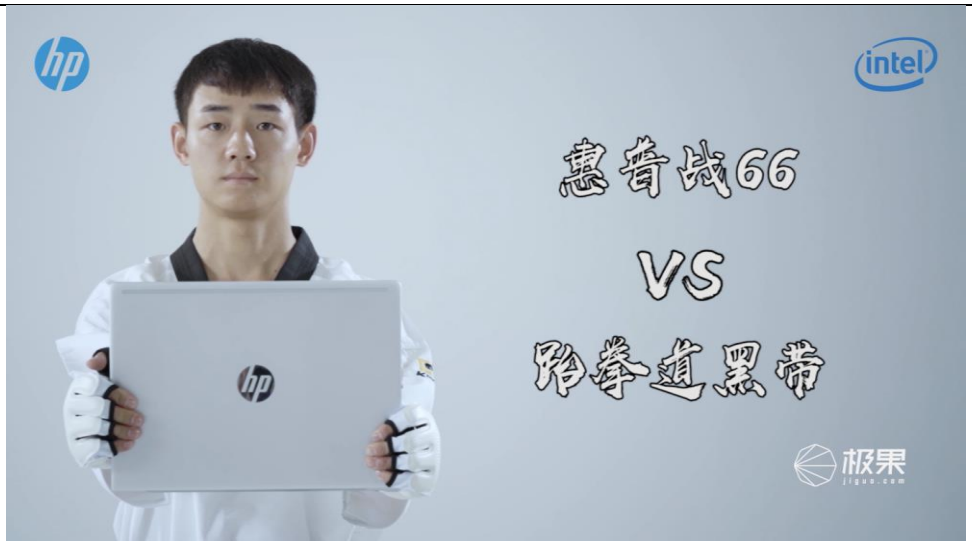
营销目标

针对战 66 二代的特色，希望可以通过创意视频的形式，提升目标用户对惠普战 66 二代高性能轻薄商务本品牌核心功能的认知；放大产品军工标准、边框保护、拓展性强等特色功能，提高产品曝光量获得更多关注；

策略与创意



保持时尚轻薄商务本的本质前提下通过极限测试体现产品实用性以及质量保障，轻薄时尚同时依旧符合军工标准，与此同时性能不减。通过反常规产品测试让用户对产品卖点理解更加深刻，吸引更多商务群体的目光，强化用户品牌认知，从而产生购买欲望。



测试 1 视频链接：https://v.qq.com/x/page/l0930hd1bki.html?

测试 2 视频链接：https://v.qq.com/x/page/h0881cp7obb.html

执行过程/媒体表现

2019/6/6-2019/6/12 基于整体视频进行分段以及整合传播，视频于当下主流视频客户端全平台进行传播，有分段到整合传播，吸引更多用户关注产品并自主分享转发从而达到零费用二次传播，视频播放量达 77w+。

2019/6/15-2019/6/16 视频精选解读配文于极果平台首页焦点图位置、极果微信以及主流新闻客户端媒体平台全平台发布，通过用户喜好的视角和趣味的文风，将惠普战 66 二代高性能轻薄商务本详细解析给消费者用户，建立用户对产品军工标准以及性能保障等认知和强烈购买欲望，文章阅读量达 38w+，可统计覆盖量达 134w+。

2019/9/23-2019/10/1 基于整体视频进行分段以及整合传播，视频于当下主流视频客户端全平台进行传播，有分段到整合传播，吸引更多用户关注产品并自主分享转发从而达到零费用二次传播，视频播放量达 211w+，视频精选解读配文于极果平台首页焦点图位置、极果微信以及主流新闻客户端媒体平台全平台发布，通过用户喜好的视角和趣味的文风，将惠普战 66 二代高性能轻薄商务本详细解析给消费者用户，建立用户对产品军工标准以及性能保障等认知和强烈购买欲望，文章可统计阅读量：141w+，观看量：211w+，覆盖量：1338.6w+，内容互动：4067。

营销效果与市场反馈

反常规评测吸引用户眼球，提升用户对商务笔记本筛选的评估标准，加深用户对产品优势了解，引导用户消费认知，内容让用户爱看、产品让用户信任。

截止 2019 年 10 月，文章可统计阅读量：179w+，观看量：288w+，覆盖量 1743w。