华为数字平台“转型不畏”campaign

广 告 主：华为
所属行业：科技
执行时间：2019.05.20-07.05
参选类别：社会化营销类

营销背景

品牌传播及营销背景介绍：

2019 年初华为发布新产品数字平台，是华为品牌 2019 年核心四大解决方案之一。数字平台为政企数字化转型而打造底座，支撑政企在转型浪潮下更好地发展，让属于未来的新技术能够为企业灵活运用。

行业发展背景：

数字化转型已提出多年，然而许多企业在转型过程中，缺少行动力和方法，导致转型效率低下，效果不显著，就像个人的发展一样，已经习惯于某一种状态，要想有质的改变，必须要坚定的信念和坚实的能力。数字平台就能赋予政府和企业这样的能力，华为正是政企数字化转型的有力伙伴。

挑战：

要将产品、品牌融合植入 B 端受众的认知，必须从多维度挖掘深度内容、逐层攻破。

营销目标

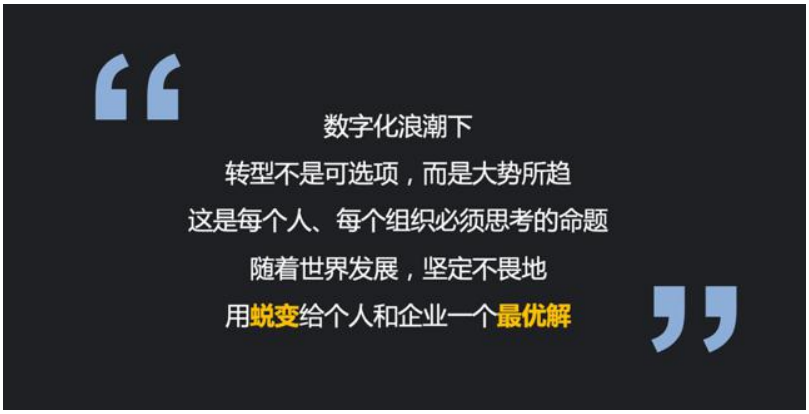
新发布的数字平台希望成为一个有号召力的品牌，除提供数字化转型能力外，更需要通过品牌营销，占领目标受众的心智，构建全方位受众认知。

本次营销目标：既要在转型浪潮下表现出华为的态度（和企业携手共创、无须畏难），又要告诉受众华为具有丰富的实践经验（大量转型成功案例），使受众对品牌的价值主张产生认同感，在社会发展形势的驱使下，更倾向于选择华为进行数字化转型，提高企业在未来的可持续发展能力。

策略与创意

基于 Campaign 的传播目标以及 To B 营销的特点，从以下 4 个方面打造 Campaign，让整个营销战役有节奏、覆盖面广、对不同受众均有针对性内容：

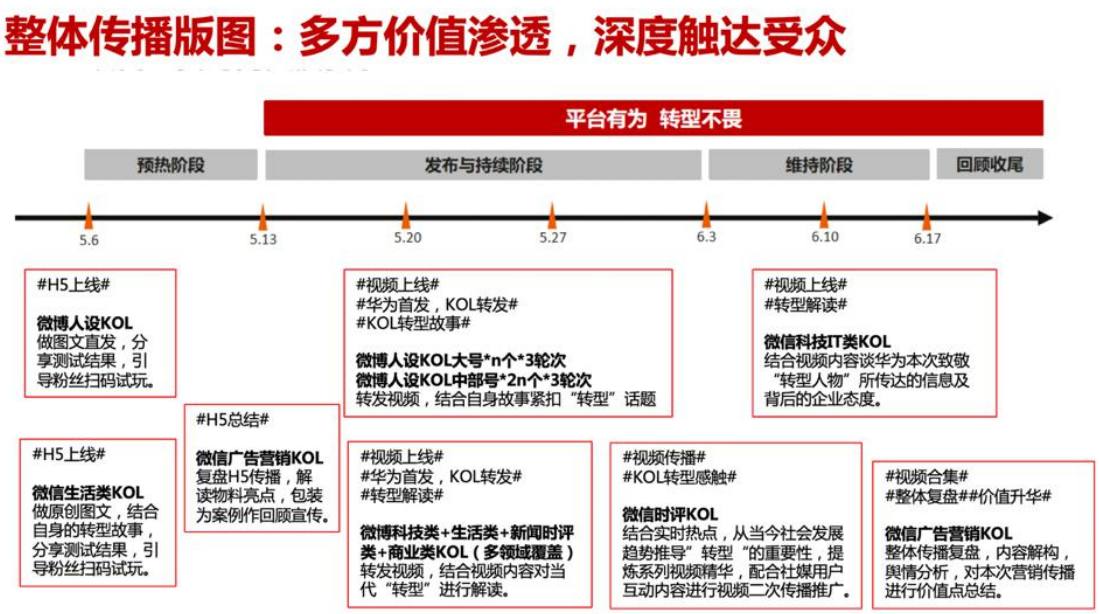
一个核心创意：紧抓“转型不畏”关键词，挖掘背后的故事和原因，时代的变化让转型更加频繁和无法回避，无论是个人还是组织，只有依靠平台，才能不畏转型。



二条内容线索：从人文和企业两条线来分别阐释“转型不畏”这一理念。人的心路历程、企业的业务升级，当下都在面临着“转型”，但转型并非一蹴而就，要攻克转型难题，需要足够的自我决心和各方支持。以人文线的转型真实故事，引起受众共鸣和关注；以企业线的数字化转型成功案例，印证和加强“平台有为，转型不畏”的理念。

三类传播物料：campaign 整体有节奏地发布了主打视频、海报、软文等传播物料。以人物故事微电影带出“转型”话题，以华为合作伙伴、客户的转型心路历程，来带出企业、政府的转型之旅；在 campaign 吸引目光后高频输出的系列感极强的案例海报，以及覆盖十大行业的成功案例软文，不断从共鸣唤醒、态度激励、案例佐证三个阶段，来演绎“转型不畏”理念。

四种推广渠道：主要从官方网站、官方社媒矩阵（微博、微信公众号、今日头条、抖音）、媒介/KOL、视频门户网站四种渠道进行传播和推广。



执行过程/媒体表现

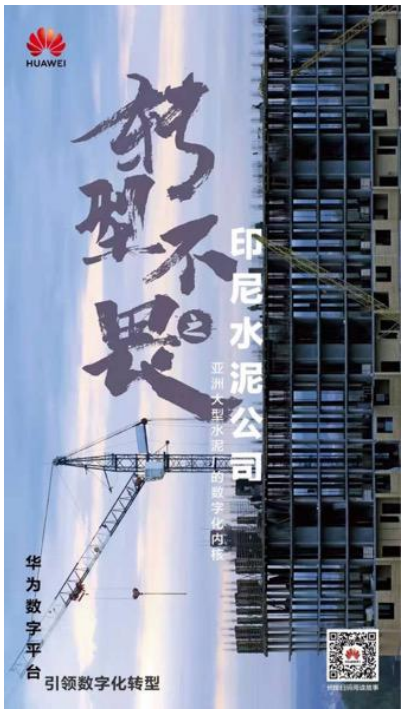
人文线：人物故事微电影《转型不畏之睿呈时代》、《转型不畏之龙岗》分阶段上线，两条视频采用贴近泛大众的微电影形式，分别选取华为的合作伙伴睿呈时代总经理、华为客户深圳市龙岗政府网格员为故事主角，以个人的转型故事，即华为合作伙伴、客户员工的转型心路历程，来带出企业、

政府的数字化转型之旅，承载华为对企业转型的理念。同时发布微博话题#转型不畏#，鼓励大众说出自己转型的故事及背后的支持。

视频链接：
https://e.huawei.com/cn/videolist/enterprise/lni/839c4b587fe842ca9766493529c089fc

腾讯视频链接：https://v.qq.com/x/page/s087297ahrp.html

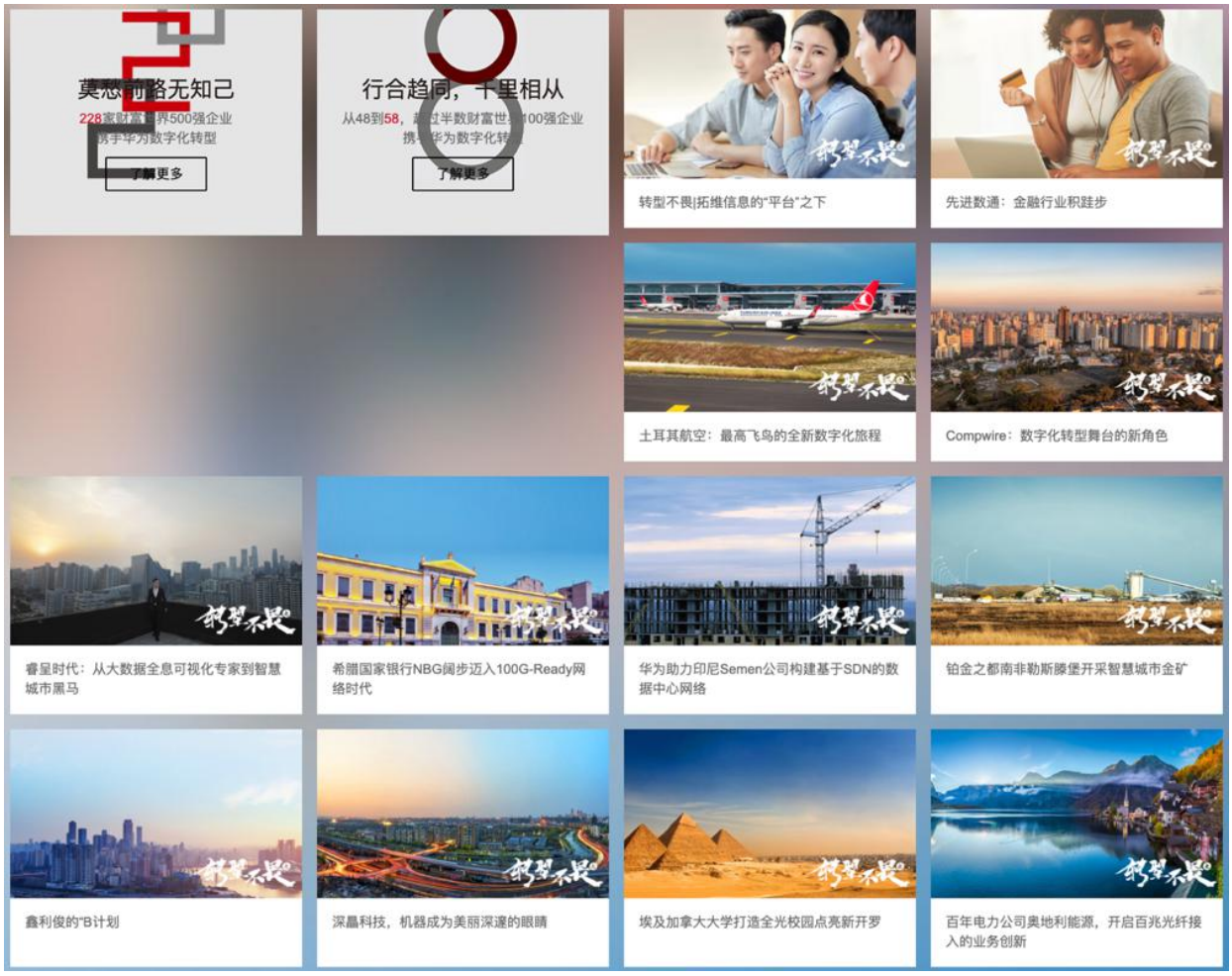
企业线：从企业角度，高频输出 30 余个成功案例文章，配以联合营销海报，不断从共鸣唤醒、态度激励、案例佐证三个阶段，提升受众认可度度。海报视觉设计上，以城市、建筑翻转象征转型，整体风格恢弘大气，将“不畏”的力度感表现到极致，打造视觉统一、内容渐进、形式丰富的品牌价值主张输出。



营销效果与市场反馈

市场效果为广告主内部机密，尤其对于 B2B 营销效果，不方便透露。

官方网站：华为企业业务官网首页上线，系列案例软文在华为期刊陆续上线。效果：对有一定黏性的受众来说，官网出现全新形式的传播物料，刷新了对品牌的既定认知，达到强化价值主张的作用；同时，给其他渠道引流到官网的有意向受众建立丰富的品牌形象。



官方社媒矩阵：微信公众号、微博、头条。效果：#转型不畏#微博话题曝光达到 1600 万+，同时引发超过 8 万讨论量，视频播放量超 100 万，让 To B 营销“出圈”成功，直击大众痛点和渴望。微信公众号华为大号首发，引发大量讨论，收获各方好评。官方头条号发布视频，收获过万次播放量。

媒介/KOL：科技类网站、KOL 公众号进行投放，获得千万级曝光效果

转型不畏之
数字化转型故事
#轉型不畏#
分享
申请主持人
阅读1626.9万 讨论8万
综合
实时
热门
视频
图片
导语：人和企业都总会面临改变，但开辟新道路的从来只有不畏的变革者！数字化转型发展到今天，有一些企业已成功屹立潮头，有一些企业正向上游进发，还有一些企业则只能在浪潮的裹挟中被动前行。那么，数字化转型路在何方？ 你的不畏，成就时代的不畏！
话题主持人
华为企业业务
华为企业业务坚持"平台+AI+生态"战略...
+关注
热门

中国移动10086
有时，苦恼的并非没有选择，而是选择过多。面对世间纷扰，最难得的是不忘初心，勇敢无惧。关注@华为企业业务 和 @中国移动10086 ，带话题#转型不畏#转评本条微博，和86君聊聊你曾经做过哪些选择来改变自己~6月27日抽一位幸运宝宝送出华为P30一台~ 抽奖详情
2019年06月21日 10:00 来自 微博 weibo.com
收藏
转发 5418
评论 8215
2906

比亚迪汽车
转型的道路一路向前，比亚迪汽车以"新"为探索之源，向新而行无畏争先！
关注@华为企业业务 和@比亚迪汽车 ，带话题#转型不畏#并转评本条微博，聊聊你对"新"的有趣看法，6月27日送出荣耀手环一个！#转型不畏#！ 抽奖详情
2019年06月20日 18:45 来自 搜狗高速浏览器
收藏
转发 476
评论 528
174

中国联通
梦想总是要有的，万一实现了呢？其实，我们大多缺的不是那些"很冒险的梦"，而是付出努力改变自己"一起去疯"的勇气。关注@中国联通 ，带话题#转型不畏#转发，6月27日抽一位幸运锦鲤，送出华为P30一台！@微博抽奖平台 抽奖详情
2019年06月20日 10:48
收藏
转发 30733
评论 8880
3416

海尔
越来越热了，抽个奖
转发关注我抽送一部华为P30手机，不为别的就是想告诉大家我真的不是家电品牌。这就是#转型不畏#，6月27日开奖，转。 抽奖详情 （已开奖，见评论区）
2019年06月21日 11:43
收藏
转发 9610
评论 6181
3955

深圳航空
转型很难，但并非不可为，转型意味着从现在的位置到达向往的位置。
深圳航空以一次次飞行搭起你与向往之地的桥梁，寻梦的道路上无畏争先！
带话题#转型不畏#转发本条微博，和@华为企业业务 @深圳航空 聊聊你对向往之地的畅想，6月27日送出华为FreeBuds2耳机一个！@微博抽奖平台
#转型不畏#！ 展开全文
2019年06月20日 12:00
收藏
转发 602
评论 558
245

土耳其航空TurkishAirlines
#转型不畏#今天，我们有一个喜讯要向大家宣布：
土耳其航空与@华为企业业务 正式牵手了！
从今以后，我们将有一个共同的目标：实现土耳其航空数字化转型！
在华为的帮助下，我们将打造一个能够高效精准服务于我们全球航线网络与客户服务的平台，挖掘和回应日益复杂且难以预测的乘客需求。
携手华为，土 展开全文
2019年06月26日 18:07 来自 专业版微博
收藏
转发 14
评论 10
52

行业评价：

Sarah 施少茹（前根元咨询资深顾问）

随着互联经济时代来临，普通人的话语权越来越高，品牌主需要从原本的高高在上，变成平等对话。在 2C 领域早已经历了这样的变革，现在在 2B 营销也同样有此趋势。转型不畏 Campaign，以大量实例和人物故事，让品牌变得更接地气，更有人味，更能打动人心。