

荣耀手环 4 卖点趣味传播

广告主：荣耀

所属行业：手机行业

执行时间：2018.11.16

参选类别：移动营销类-展示类

营销背景

荣耀手环 4 作为荣耀配件的新品，初上市之际急需曝光，提升产品知名度。

如何将荣耀手环 4 的几大核心卖点在社交平台上与目标消费者沟通是本次营销的挑战。

营销目标

将荣耀手环 4 的核心卖点进行创意性表达，与其他品牌的手环风格形成差异化，在用户心中建立独特认知，提升产品口碑。

策略与创意

策略：电子产品在传播中常以数据、专业术语等内容与用户沟通，缺乏趣味性及温度，荣耀手环 4 以年轻用户作为主要目标消费者，结合时下年轻人兴起的“梗文化”和“金句文化”用趣味化的方式为创意表现形式，以多个角度展示产品，通过有趣的洞察文案立体化展现产品心率监测、睡眠监测等功能卖点，拉近与目标消费者的距离，引发粉丝广泛关注。

执行过程/媒体表现

在微博、微信等多平台，以官方矩阵账号进行传播

HONOR

人间不值得
但睡个好觉值得

荣耀手环4
提供改善建议及个性化的睡眠服务

HONOR

喜欢一个人
是藏不住的

24小时实时心率监测
荣耀手环4

HONOR

生活是场
持久战

一次充电 续航长达14天*
荣耀手环4

*请在实验室标准模式下使用，实际使用中存在差异
实际续航与用户使用情况可能存在一定差别

HONOR

丝般顺滑的
操作体验

荣耀手环4
公交地铁、支付宝抬手扫码支付



营销效果与市场反馈

与竞品的产品展示海报形成明显区隔，打造荣耀手环段子手人设，赋予产品人格化特征。