

百度输入法品牌年轻化焕新传播

广告主：百度输入法

所属行业：互联网

执行时间：2019.07.12-07.31

参选类别：创新营销类

营销背景

- 1、产品认知度高，暂无清晰的品牌形象。
- 2、既有“AI 输入法”产品定位，在用户层面感知模糊。

营销目标

- 1、提升曝光量，提高品牌认知度；
- 2、品牌年轻化，建立年轻的品牌形象；
- 3、建立清晰的、差异化的品牌定位，并传播出去。

策略与创意

输出更年轻的内容+聚焦更年轻的渠道+尝试更年轻的玩法。

品牌功能视频——贴近生活场景、更有趣地表达智能功能；

B 站直播测评——主播声优互动、近距离呈现特色功能；

互动斗诗大赛——聪明又好玩、输入法是思想的延伸。

执行过程/媒体表现



一、【首创】应用软件×B 站×直播开箱测评×声优×up 主

周一的晚上，我们联合拥有 200 万+粉丝的 B 站 UP 主“歪果仁研究协会”，邀请北斗企鹅工作室的两大实力声优李兰陵、刘明月，开了一次直播。内容是：“开箱”评测一款 APP。



星悦小美女和两位声优奉上了 2 个小时笑点密集的表演，观众的弹幕和吐槽都恰到好处。

基于产品及传播，年轻人的平台+年轻人喜欢的主播+年轻人喜欢的功能。

1、产品出发——语音——流利讲汉语的美国人+声优

(现场星悦说了一段长英文，全准!)

2、传播出发——年轻——年轻人喜欢的功能

(主播使用键盘皮肤等功能感觉很酷，产品体验惊艳，主动安利他人)

三大突破：

- 1、是品牌首次尝试 B 站直播；
- 2、开创了应用软件类开箱测评的先河；
- 3、创造性地对声音卖点独特的且年轻人喜爱的主播与产品进行破壁组合，得到粉丝群体积极认可。

二、三支广告小片，不太朋克，但很赛博。

我们基于其对 95 后更友好的斗图、多语种切换、多场景适配等功能构思更适合呈现该主题的场景，以戏剧化的创意表达触达目标群体，焕发好奇心，引发其尝试的冲动，于是就有了这三支小片，来阐述“正是我要的表达”：

每一代的年轻人都是不会“好好说话”的。而我们认为一款输入法 app 的使命，是延伸用户的想法，使其更好地表达——表达情绪，思想，自我；不限于语言，发展出更多元的富媒体表达。理想的输入法是成为用户的表达，帮助用户更快、更个性化、也更准确地表达想法。

www.bilibili.com/video/av60702597?from=search&seid=5061574125542201397

三、捕捉驯化一只人工智能输入法，并让它学会写诗。

讲究极致理性的硬核科技+充满主观感性的诗歌文体=?

这两个极端风格的东西以 H5 游戏的形式呈现，科技理性与文艺感性的交融碰撞，诞生出了一种给人工智能赋予灵魂的文学浪漫感：“你信不信，#我的输入法会写诗#？”

官微发起输入法写诗大赛活动，号召新老用户在诗歌大赛 h5 上开启词汇联想功能互动体验，最大程度的展现百度联想和跟词的技术能力，引发目标群体好奇心。活动本身产生的 UGC 内容进行二次传播，声量扩散。



营销效果与市场反馈

【项目总曝光量】 2.08 亿+;

【微博话题】阅读量达到 1857.8W+;

【微信 KOL】账号阅读量超过 21.5W+;

【B 站直播测评】首创应用软件×B 站直播开箱测评×声优×up 主传播，自然登上热门直播第一位；

【品牌 TVC】全渠道播放量达到 1045W+。内容收到喜爱与好评，关键词：好酷、懂我、技术牛、下了。

B 站直播测评共收到实时弹幕 1.2w 余条，整体评论呼应前期传播选主播及内容安排的策略：

- 1、产品出发——语音能力——流利讲汉语的美国人+声优——英文输入/中英混输好 666666, 等。
- 2、传播出发——年轻定位——年轻人喜欢的功能——键盘皮肤等功能感觉很酷，等。

粉丝们积极响应 up 主和声优的互动，甚至很多当时就表示要去下载百度输入法尝试。

粉丝对爱豆的友好度转化到产品之上，这一点为品牌加分很多。B 站直播的弹幕评论反响远超预期。