

海尔智家001号虚拟体验馆

广告主: 海尔智家

所属行业: 家电 (智慧家庭)

执行时间: 2019.09.20-12.30

参选类别: 移动营销类-互动类

营销背景

品牌主背景:

2019 年海尔集团家电业务战略转型, 围绕“智慧家庭”为核心进行战略布局, “青岛海尔”升级发布了全新的品牌名称——海尔智家。为了在品牌转型的关键时期, 使消费市场对“海尔智家”品牌定位有更为明确的认知, 海尔智家在上海搭建开设了覆盖“5+7+N”全生活场景的智慧家庭体验中心——海尔智家 001 号体验店。

同时, 这也是海尔智家在全球范围内的第一家“全生活场景”智慧体验中心, 覆盖了海尔目前全部的家电产业及生态资源方, 并且是海尔智家“5+7+N”全生活场景解决方案最全面的落地。能够有效提升消费者对海尔智家的认知, 了解智慧家庭最前沿最完整的产品内涵。

品牌主需求:

完成品牌体验与技术革新的双目标

① 弥补海尔智家线下体验店传播覆盖不足 (实体店仅能有效覆盖上海及周边市场), 要在行业内及消费群体中树立“海尔智家行业第一”的品牌认知。

② 有效改善传统线上体验项目的弊端 -- 非沉浸式游览导致用户体验感观不深刻; 单一形式的图文展示导致用户体验无深度。

项目挑战:

超大面积, 行业首次: 实现近 5000 平的商业场景虚拟体验, 从前期的方案策划、素材收集到后期的技术开发、技术难点攻克, 让这个项目成为全景体验行业罕见的案例。

技术攻关: 完全超出传统全景体验方式, 结合行业最新技术趋势方向, 实现超大商业场景的虚拟沉浸式体验。

内容设计: 虚拟体验店游览动线符合线下真实体验店内用户需求, 避免线上用户体验不全面。

用户体验: 结合新技术和内容, 提升线上用户在无人引导情况下的内容体验深度。

场景体验：智慧家庭的场景解决方案会联动多个电器及智慧生活产品，线上体验很难直观感受到智慧家庭带来的震撼感受。

营销目标

整体营销目标：通过虚拟体验店多入口布局，实现家电购买人群在购买引导、消费理念升级；通过行业多内容多渠道传播，树立海尔智家行业第一品牌的品牌占位。

策略与创意

内容策略及亮点：

全新沉浸体验：打造全新商业空间沉浸式体验，突破传统全景体验方式；

直观场景体验：3D 模型中结合全景 VR 视频，让用户直观感受海尔智家产品联动带来的场景体验。

传播策略及亮点

包装打造“不打烊的海尔店”，借势双十二引流进入“海尔不打烊虚拟体验店”抢购机红包，让用户在体验海尔智家的同时既能获得深刻的品牌体验又能获得购买动力，以红包为转化契机，导流到京东平台，实现流量转化。

程序适配 PC/移动/各浏览器/APP，便于多渠道访问体验，提高体验内容的可传播性。

集合海尔集团内部移动端/PC 端入口，有效触及海尔品牌粉丝、企业内部人员，以此形成海尔社群的二次传播。

线上线下内容联动，线下体验馆无人引导情况下的内容补充。

执行过程/媒体表现

一、项目体验地址：

<https://www.haier.com/smarthome/tiyanguan/>

二、项目体验展示：

https://v.youku.com/v_show/id_XNDQ4ODI0ODQzNg==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

杨澜探店：<https://v.qq.com/x/page/s0927xksrvo.html>

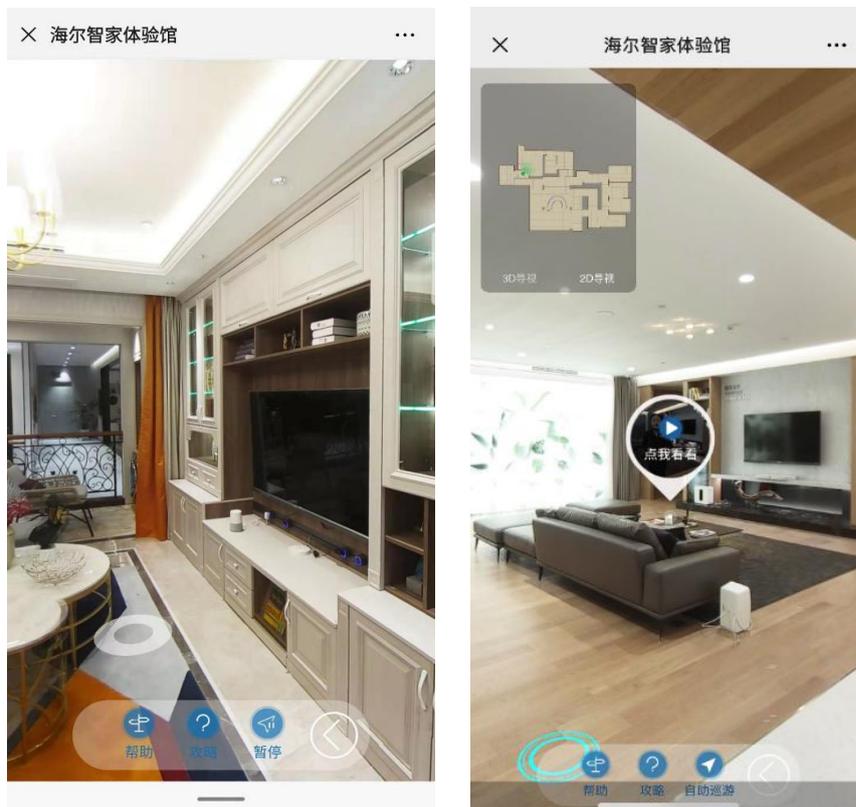
欧豪探店：<https://v.qq.com/x/page/k3018fo5qw3.html>

三、项目亮点内容

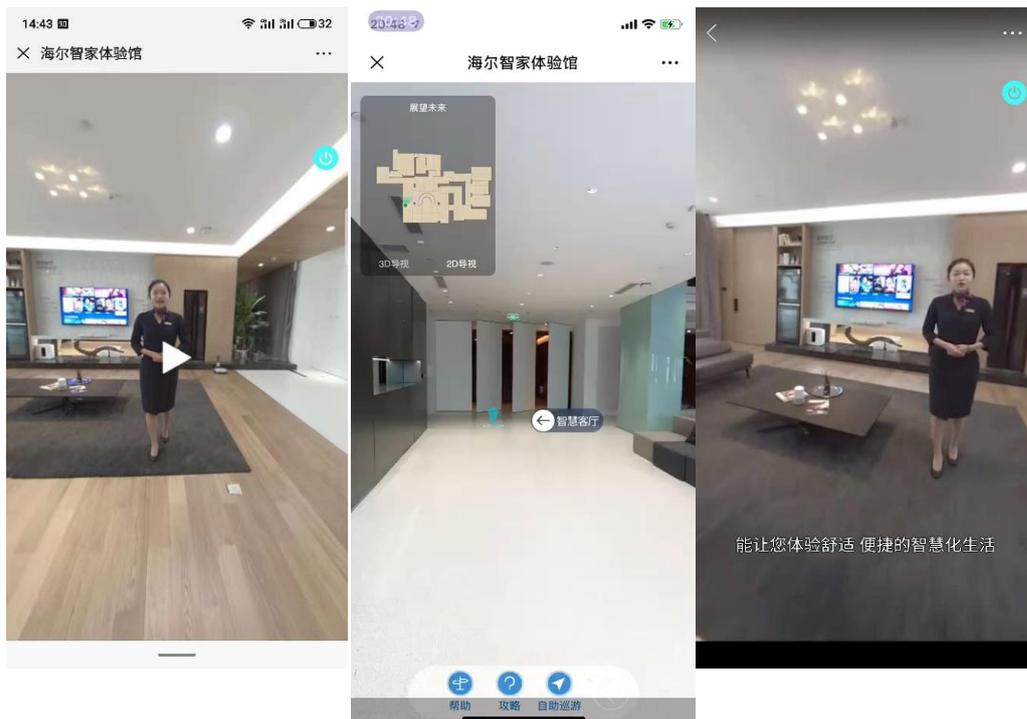
1、3D/2D 视图，将 5000 平两层的展馆建筑模型一次性建模完成，给用户以震撼的视觉体验



2、最新的全景漫游技术效果首次应用于 5000 平超大面积商业场景中



3、全景视频技术，让用户身临其境感受到真实线下场景所展示内容



4、开发自助巡游功能，让用户自助游览超大展馆，提升展馆游览体验，降低用户操作门槛

5、整合海尔集团内外部资源，由内而外形成传播链条，并在双十二的关键节点配合红包活动，实现由内部向外部的传播发酵，联动了线下销售及电商平台，实现了用户流量的有效流转。



营销效果与市场反馈

品牌主评价：

海尔用户交互小微管恩玉部长：海尔智家虚拟体验店项目很好的展示了海尔智家的产品力，让用户了解到“智慧家庭时代”的家电产品已经不再是简单的智能单品，而是用户生活场景下的综合解决方案。在品牌转型的大战略背景下，我们要与消费者保持同频沟通，不断渗透品牌认知，我们需要借助符合当下消费者信息接受习惯的信息传递方式，在满足用户体验的同时传达品牌诉求，这样的需求为项目的执行带来了巨大的挑战，不仅需要深入智慧家庭产品进行策划，还要在互动技术上有新的突破，总体来说，海尔智家 001 号虚拟体验店，很好的解决了我们品牌方的需求，并且在营销推广方面，也超出了我们的期待！此次案例为大型商用空间的虚拟体验提供了很好的示范效果。