

## 荣耀 20 PRO 这是在玩火！竟敢和 GoPro 比防抖？

广告主：荣耀

所属行业：数码 3C

执行时间：2019.05.29-06.07

参选类别：视频内容营销类

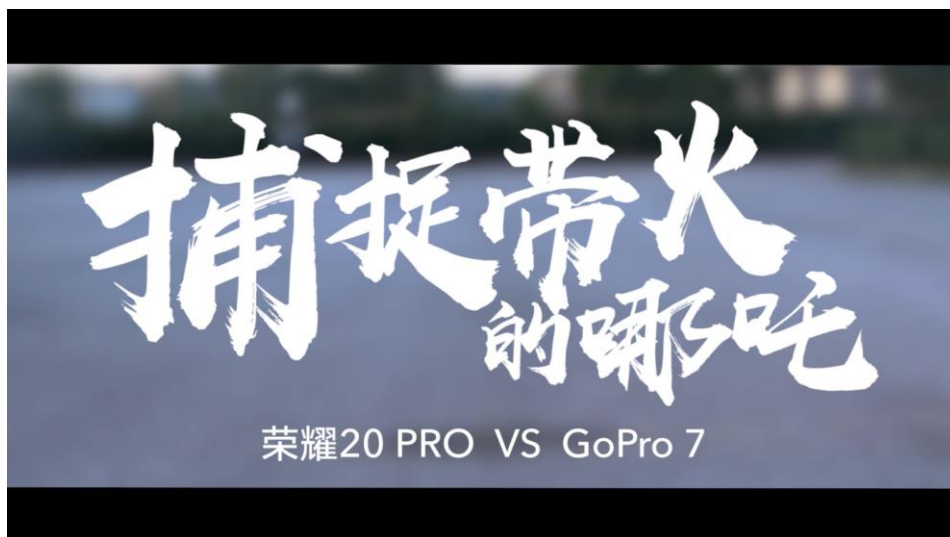
### 营销背景

荣耀 20 PRO 作为荣耀年度最强拍照手机，双光学防抖模式打造超强的防抖拍照体验，亟需借助创意爆点，传播新品拍照“防抖”的主打功能点。

### 营销目标

- 1、提升目标用户对产品核心功能防抖的认知。
- 2、以“捕捉带火的哪吒”为核心创意事件放大产品特色功能，提高产品曝光量获得更多关注。
- 3、为荣耀 20 PRO 塑造了一个防抖神器的形象，让消费者对手机防抖的功能充满了好奇，从而达到新品造势的目的。

### 策略与创意



以滑板少年在城市街头秀技、耍酷为体验拍摄场景，一手绑 GoPro，一手绑荣耀 20 PRO，用视频记录第一视角的沿途风景，对比两个不同的产品在滑板运动过程中拍摄的防抖效果。以“捕捉带火的哪吒”为核心创意事件为噱头，放大产品特色功能点，并以反常规的创意视频形式，让此次滑板防抖营销事件在消费者中引发热议。



### 平滑路段防抖对比

挑战难度 ★★ ★



用 荣耀20 PRO 拍摄



用 GoPro 7 拍摄

视频链接: <https://v.qq.com/x/page/e0878ujp5yj.html>

### 执行过程/媒体表现

2019 年 5 月 31 日 基于新品发布, 上线滑板防抖创意视频+主图文, 《荣耀 20 PRO 这是在玩火! 竟敢和 GoPro 比防抖? 》, 与 GoPro 对比下可以拍到流畅平稳的高速运动画面, 直观展示荣耀 20 PRO 强大的防抖拍摄效果, 在极果站内、微信、以及在全网头部资讯网站、短视频网站进行扩散, 热点事件全网曝光。

### 营销效果与市场反馈

手机防抖能有多强? 竟敢和 GoPro 比防抖, 极果优质创意内容产出、全网头部平台, 令企业成功打透产品防抖的概念, 为荣耀 20PRO 新品上市成功造势, 放大产品优势打动消费者。

数据统计为: 2019-05-31 ~ 2019-06-03, 总覆盖量达 1914W+用户。

- 1、视频内容投放腾讯、优酷、爱奇艺等 8 个平台，文章内容投放极果全平台，一点资讯、今日头条、搜狐新闻等 9 大平台，全网头部平台全覆盖。
- 2、项目可供统计阅读量/播放量 477W+，项目覆盖量达 1914W+。