**OPPO IoT 黄金分割3-5-8分时管理计划**

**广 告 主**：OPPO

**所属行业**：数码3C

**执行时间**：2022.08.05-08.15

**参选类别**：大事件营销类

**营销背景**

1. 2022年8月10日OPPO IoT 举办**新品发布会**，自造热点，精准触达目标人群。
2. 发布新品OPPO Watch 3，**开启国产智能手表**“常亮，长续航”**全新时代**。以“腕上生长设计”和LTPO常亮屏革新智能手表形态和交互体验，全新推出专业网球模式、血管健康研究，**焕新演绎全智能手表旗舰典范体验**。

**营销目标**

1. **活动声量引爆**：挖掘热点打造智能手表热议氛围，使用户**关注新品发布会。**
2. **产品种草**：对目标人群精准传达OPPO Watch 3新品发布信息并种草产品。
3. **销量转化**：助力OPPO Watch 3提升销量转化。

**策略与创意**

OPPO Watch 3新品发布**3-5-8黄金分割营销策略**，平台联手OPPO**节奏性铺排热点**及**内容种草**，助力新品发布会效益最大化。

**【热点运营】**发布会当天全天节奏性释出智能手表热点，营造氛围引导用户关注发布会。

**【内容种草】**发布会当天起，配合项目时间节点种草产品卖点，提高用户购买欲望预热818大促。

**【人群覆盖】**项目全程双端覆盖人群，精准产品复用社交人群资产。

**执行过程/媒体表现**

**1.【预热期3小时内容蓄水】8/10 (10:00-13:00）**

围绕易建联调用品牌资产**打造热点话题**，调动兴趣人群情绪，**营造热议氛围**，为发布会蓄水。



**2.【发布期5小时引爆】8/10 (18:00-23:00）**

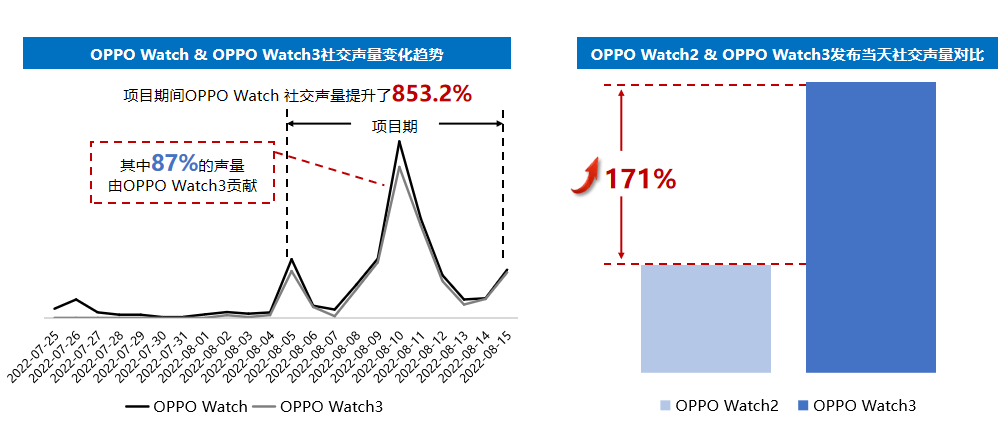
黄金资源联动，导流OPPO Watch 3 新品发布会。联动新闻&数码打造话题矩阵，实现**双平台多屏霸榜，实力破圈。多维种草内容齐发力**，**种草**OPPO Watch 3 系列新品，**占领用户心智**。

**3.【引爆期8小时深度沟通】8/11 (10:00-18:00）**

（1）以品类向话题**持续触达用户**，引发受众思考，坚定购买意志。（2）以双端媒介资源联动广泛触达，高频**牵拉用户关注**，**持续**进行用户**沟通**，助推用户决策。

**营销效果与市场反馈**

1. **声量引爆**：项目后OPPO Watch社交声量飙升**853.2%**，发布会当天声量完胜往期同类产品。



1. **产品种草**：OPPO Watch 3**与代言人强绑定**，**核心卖点**成功**种草**用户，**正向舆情高达99.81%**。



1. **人群扩容**：**兴趣人群**增加**740%**，带来了更多年轻高知女性，对情感生活内容更有感。
2. **粉丝增长**：发布会当天智美生活粉丝大幅增长，持续性强，吸引了大量年轻高知人群。
3. **人群流转**：实现明星、品类、品牌、产品四大维度内容人群高效流转，打造**现象级发布会**。

