**北斗syntime2新品线上营销传播案**

**广 告 主**：北斗卫星手表

**所属行业**：钟表类

**执行时间**：2022.08.01-09.09

**参选类别**：创意传播类

**营销背景**

北斗手表是成都天奥电子生产、通过中国北斗二号/北斗三号卫星导航系统的信号，实现“卫星准确授时，卫星准确定位”的全新一代多功能手表。以北斗七星天文体系为名，以大国航天科技为核心技术，以匠心精工比肩国际运动手表品牌的性能展示国货之光的实力。

近年来，随着运动与智能穿戴设备市场的井喷式发展，北斗手表面临着佳明、高驰、颂拓等众多户外运动手表的市场挑战，但同时也在国货自信与品牌崛起的洪流中，迎来了新的机遇。

**营销目标**

北斗手表年度主角产品syntime2上新，如何实现拳头产品S2的上新营销目标：

1. **重实力国货品牌如何变成市场共识？**
2. **主角产品如何出圈，建立用户者的消费认知？**
3. **新品如何刺激用户购买行为？**

北斗手表希望锚定一个核心标签，打造**一套“认知-认可-认购”全平台营销传播链路**，深入多圈层将内容高质量、有重点地传递给目标受众：通过建立市场认知的裂变分享，深入户外圈层打造产品标签强化受众认可，用产品功能、利益刺激促进认购转化。

**策略与创意**

通过上新动作，打造**营销按钮“一分钟上手”**形成“认知”，借品牌&媒介两条线实现“认可”与“认购”：品牌端视觉物料释放核心概念；媒介端KOL放大声量，直接利益刺激转化。

**执行过程/媒体表现**

**第一阶段·释放概念建立认知：官方释放一套卖点平面视觉，构建新的产品概念认知**

话题上线圈层KOL带动全网参与热度，总曝光量达5912.6万+，总互动量达1.1万+。

**第二阶段·概念出圈强势认可：强势联动三大圈层头部KOL，优质内容持续背书推动概念认可**

3大圈层KOL定制优质视频，核心传递“一分钟上手”概念；多平台账号分发，助力热点内容发酵扩散，持续全面的种草圈层粉丝；品质国货品牌泸州老窖蓝V联动深度诠释“一分钟上手”概念。

**第三阶段·投流转化刺激认购：微博、抖音双平台投流，直接利益刺激转化认购**

微博、抖音双平台2波信息流投放，信息流投放总曝光量达1375万+，总互动量达187.9万+，PR稿投放收录率达70%，内容重视度高，达成有效曝光。

**营销效果与市场反馈**

**北斗syntime2&一分钟上手标签绑定，实现全网高质量曝光与深度种草：**

1. 全网打爆“一分钟上手”概念，建立产品核心标签：核心关键词全网总曝光量达7345万+，总互动量44700+；
2. 三大圈层KOL助力扩声量，持续种草全网粉丝： 累计粉丝覆盖量1500万+，全网总曝光1433万+，全网总互动33700+；
3. PR稿投放有效曝光，品牌关键词呈上升趋：PR稿投放收录率高达70%，百度指数同比增长7175%，“国产手表”及“运动手表”等品牌关键词的搜索趋势上升。