**京东音频HIFI消费升级项目**

**广 告 主：**京东

**所属行业：**电商行业

**执行时间：**2020.12.15-12.31

**参选类别：**电商营销类

**营销背景**

京东音频国际在2020年重点推进耳机产品细分品类的发展，HIFI耳机作为高端产品线，亟需进行产品的迭代升级以及布局规划。为吸引更多有专业需求的高端用户群体到京东购买，音频国际联合KA品牌（森海塞尔、舒尔、拜亚动力等），打造了京东专业HIFI 产品的新布局。

12月15日，京东HIFI行业线下发布会开启，公布新布局升级，线上公关、行业协会、大V等联合发声，传播京东平台高端HIFI及个性化服务的全新理念。与此同时，站内“HIFI音频自营店”上线，打破品牌与品牌之间的传统壁垒，不同类型、不同品牌、不同领域、不同用途的高端HIFI音频器材都可以在京东商城获得一站式服务，真正解决用户的多样化需求。

**营销目标**

1. 行业影响：京东来定义HIFI专业音质概念，建立品类认知，打造品牌。
2. 用户感知引导：激发受众对于高音质需求的升级，从而引流品类日大促。

**策略与创意**

**重磅明星加持：**迅速引爆关注，高品质背书；

**强化品类/促销认知：**传播内容简单直接；

**精准投放：**锁定核心目标人群。

****

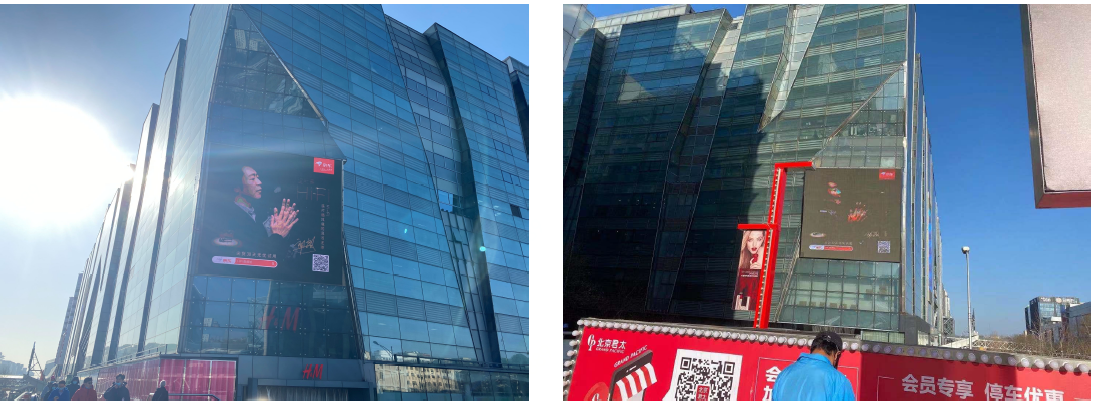
京东音频HIFI行业发布会：音协、资深媒体等行业发声站台，线上多平台直播发布会盛况。



发布微博话题 #买HIFI，逛京东#，利用数码达人效应联动构建话题矩阵，保障活动话题曝光、互动，微博互动话题阅读量共计1073.3万。

知乎达人发文推广活动曝光累计5w+，京东HIFI音频馆上线提问互动同步开启。

北京热门商圈西单大悦城大屏7日活动曝光人次：2,122,400+。



**视频链接：** <http://box.jd.com/sharedInfo/E46AF1F5B6BCC776EEC946AFBC5707A7>

访问密码: pcrf9y

**微博推送账号**

音乐唤醒耳朵：<https://m.weibo.cn/5532072579/4585613048938540>

耳帝：<https://weibo.com/1344386244/JzVbx7YgP>

音乐精选榜：<http://weibo.com/2594393502/JzVbxbi70>

柯基看科技：<http://weibo.com/5899491041/JzVbwxsdj>

乌托邦电台：<http://weibo.com/2795543210/JzVbwAK6A>

小白测评：<http://weibo.com/2022252207/JzVbwjaoB>

Steven\_爱音乐：<http://weibo.com/2447844780/JzVbwj9w4>

科技百事达：<http://weibo.com/5899701330/JzVbwgWcu>

星星张溪格：<https://weibo.com/1505533530/JzVbwyyzF>

歌探：<https://weibo.com/5556631847/JzVbwwoVD>

科技新一：<https://weibo.com/2827386331/JzVbxcoBJ>

贴吧君：<https://weibo.com/2970036311/JzVbwBQAg>

陈秋欤：<https://weibo.com/5723149295/JzVbwzDGE>

Hey是SuSu啊：<https://weibo.com/2989131570/JzLL2yzuS>

ba哥专用：<http://weibo.com/2057769762/JzLL1nHKo>

东邪西媚 ：<http://weibo.com/5628495345/JzLL1pV66>

芒果娱乐：<http://weibo.com/1886903325/JzLL23JeV>

刘悦spam-生番：<https://weibo.com/1987665835/JzLLDflYY>

耳朵都听怀孕了：<https://weibo.com/5680782366/JzLL23JZb>

音乐那点事：<https://weibo.com/5525284226/JzLL24Qul>

B站动力评测：<https://b23.tv/d75u5x>

**执行过程/媒体表现**

**预热期 12月15日-12月22日**

广告精准投放进行类目曝光，人群蓄水，为整个活动引流，吸引潜在用户关注。

****

**高潮期 12月23日-12月26日**

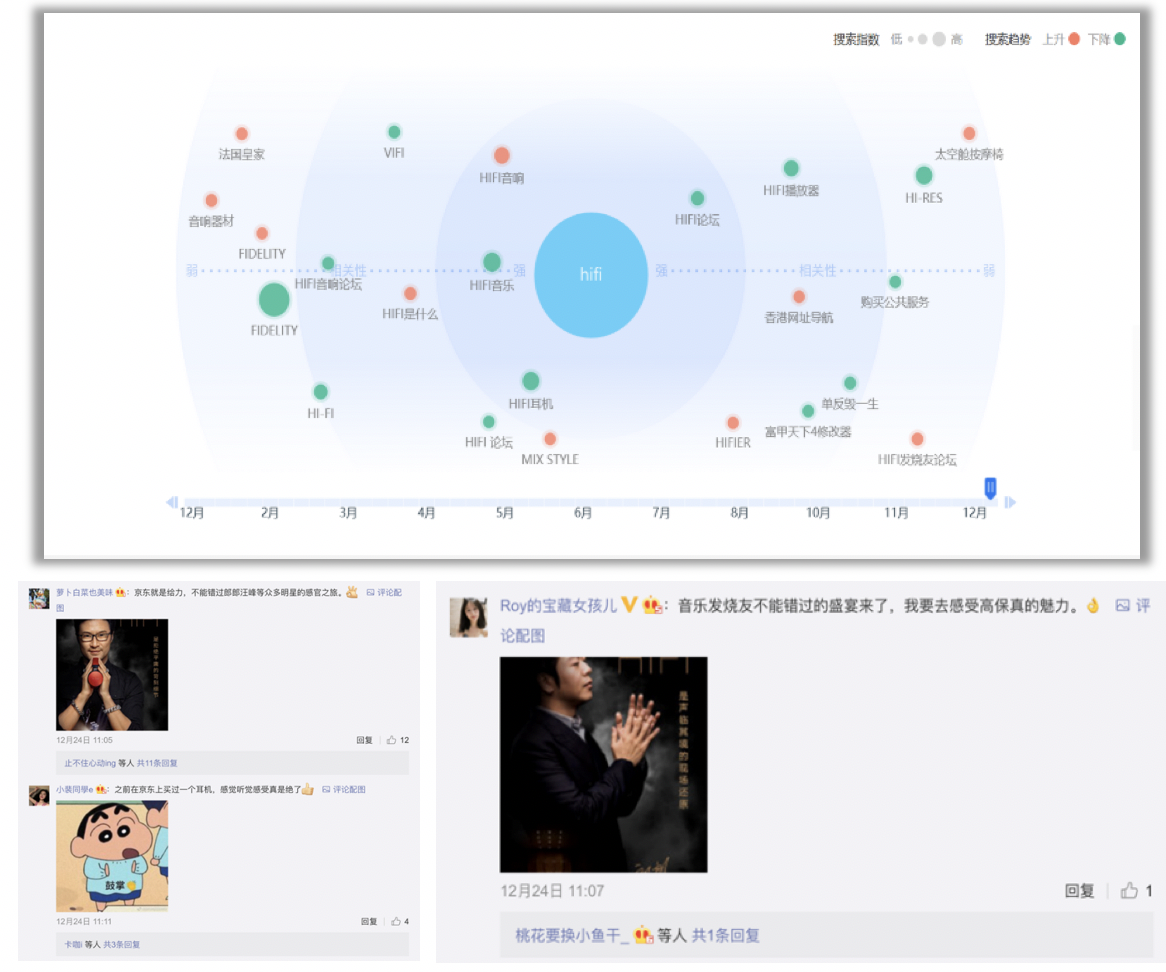
朗朗、汪峰等音乐明星HiFi海报发布， 20个KOL账号借势内容种草推荐，微博KOL/粉丝积极参与互动，活动热度高涨。

打通QQ音乐、知乎、网易云音乐、抖音开屏等大曝光资源，针对音频高端发烧友定向曝光。

广告精准投放配合增量，有效地扩充了站外流量的同时，站内进行有效承接转化，品效合一。

**返场期 12月27日-12月31日**

借助双旦和年货节的营销契机，继续对高关注用户通过广告精准投放的形式，进行持续曝光转化。





**营销效果与市场反馈**

* 总曝光1.3亿+，提升了HiFi高端音频品类认知，建议买高端正品音频来京东的消费者心智。
* 百度指数“HIFI”相关搜索频次活动期间呈明显趋势上升；



* 微博覆盖粉丝受众人群1.4亿+，总曝光3800万，“HIFI音箱产品”关键词搜索同比提升**53%**总互动量约达2万+；
* 软性资源投放微博-明星粉丝全覆盖；
* 通过微博平台，宣发京东“Hi-Fi音频馆”，借朗朗、汪峰等音乐明星热度，定向选择20个音乐/科技/娱乐/情感类KOL账号进行内容扩散， 覆盖粉丝受众人群约为**1.4亿+，**总曝光约为**3800万+；**
* BILIBILI**深度测评”爆款产品“视频传递核心利益点，触达目标人群，种草转化。**

国内最大的泛人群聚集地，粉丝粘性强，视频内容优质。通过测评视频传递产品利益点，触达目标受众人群，总阅播放量达2.2W+，互动量2100+。

