

# 让好声音赋能好声音

## ——舒尔声音创作者场景营销

- **品牌名称:** 舒尔
- **所属行业:** 3C
- **执行时间:** 2024.08.12-08.29
- **参选类别:** 场景营销类



### 品牌定位

**舒尔：世界领先话筒品牌，声音创作者的生产力工具。**

### 行业背景

**竞品营销活动频繁，抢占声音创作者市场**

国内罗德等话筒品牌，抢先针对播客等声音创作者展开营销活动，对舒尔的市场占有率形成威胁。

### 营销挑战

**如何提升舒尔在声音创作者群体中的知名度和口碑，提升市场占有率？**

营销机会

# 喜马拉雅

国内音频行业领跑者

专注打造健康向上的音频生态

拥有1962万声音创作者，是舒尔的核心目标受众

1962万

截止2023年底  
上传声音的创作者

1万+

喜马拉雅喜播学员  
(播音学习)

3.03亿

2023年喜马拉雅  
全场景流量月活跃用户

## 舒尔借助国内音频行业领跑者喜马拉雅 在声音创作场景中，在国内市场与声音创作者

**精准对话**

高效触达喜马拉雅1962万声音创作者

**专业赋能**

携手助力声音创作者进阶

**心智渗透**

在创作者中树立舒尔专业形象

**引导转化**

提供后链路转化链路，引导创作者购买舒尔

SHURE

喜马拉雅

强强联合

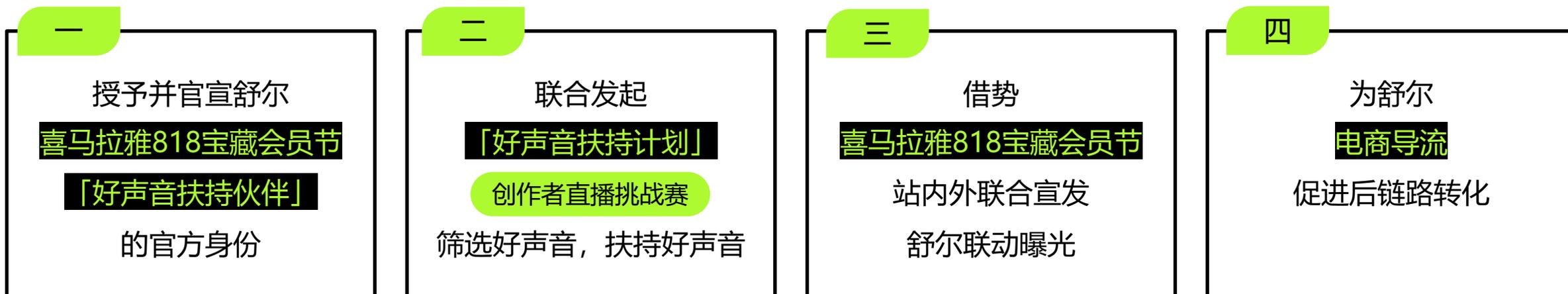
让好声音赋能好声音

舒尔设备

喜马拉雅声音创作者

在喜马拉雅十二周年之际，借势喜马拉雅SS级项目 **「818宝藏会员节」**

# 开启「好声音扶持计划」



在声音创作场景中，实现舒尔品牌声量提升

舒尔专业形象树立，声音创作者心智渗透

“ 哪里有好声音，哪里就有喜马拉雅，哪里有好声音，哪里就有舒尔。 ”

# 一、授予并官宣舒尔 喜马拉雅818宝藏会员节「好声音扶持伙伴」官方身份

站内外宣推分发，精准触达声音创作者并辐射喜马拉雅用户群体，合作身份累计曝光**6500w+人次**

## 联合海报授权

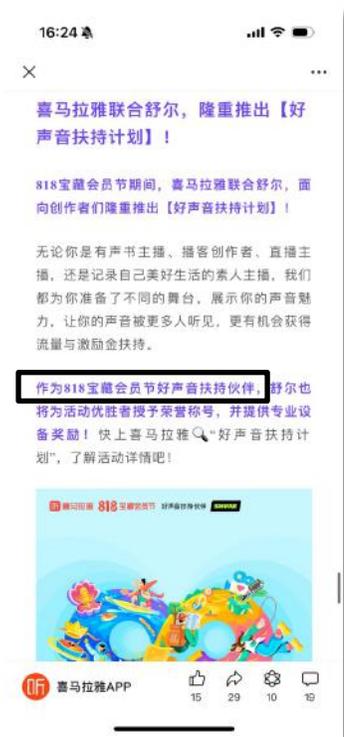


预热期



正式期

## 站内外宣推-露出合作身份



## 二、联合发起「好声音扶持计划」，与创作者直接精准对话，扶持好声音

### 1. 联合开启《创作者直播挑战赛》，设立「舒尔之星」荣誉奖项



邀请全站主播（中腰部为主+喜播学员）在818活动期间集中式直播  
喜马拉雅x舒尔联合提供激励金、流量、实物奖品和荣誉扶持等，激发主播开播  
吸引并引导粉丝进入直播间为主播打榜助力，筛选好声音

- 活动联合发起&招募
- 舒尔全程露出
- 定制「舒尔之星」奖项&奖品赞助
- 挑战赛直播间舒尔定制礼物
- 舒尔电商引流

共计**2841名创作者参与** 开设**3045场直播**

累计**232万+人次收看直播挑战赛**

平均单场直播**762人**收看

## 二、联合发起「好声音扶持计划」，与创作者直接精准对话，扶持好声音

### 1. 联合开启《创作者直播挑战赛》，设立「舒尔之星」荣誉奖项

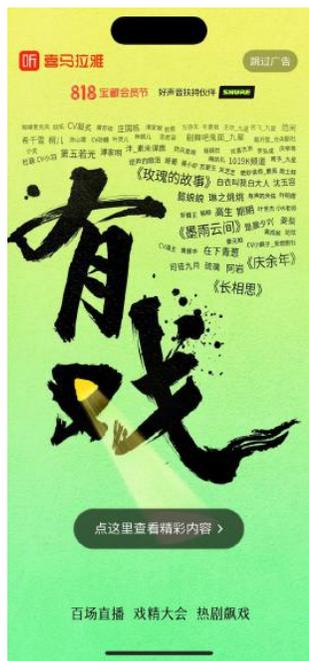
通过多种资源形式触达站内活跃创作者及喜播学员  
宣推资源露出舒尔logo、合作身份，部分资源添加引流舒尔电商口令

活动招募

喜马拉雅创作者中心  
预热直播



直播挑战赛  
开机引流



创作者中心  
banner



创作者中心  
弹屏



创作者中心  
官方站内信通知



喜播学员社群通知



添加舒尔电商口令

## 二、联合发起「好声音扶持计划」，与创作者直接精准对话，扶持好声音

### 1. 联合开启《创作者直播挑战赛》，设立「舒尔之星」荣誉奖项

#### 版权争夺赛

比赛时间：8月19日-8月20日

最终第一名选手  
获得「舒尔之星」称号

喜马拉雅提供金话筒荣誉奖杯+奖状  
舒尔提供MV7+麦克风、SRH840A  
耳机

#### 全民推荐好声音

比赛时间：8月12日-8月20日

设置三个维度榜单：  
带货榜、新势能榜、舒尔之星好声音榜  
每个榜单第一名选手  
获得「舒尔之星」称号

每个榜单前三名获得舒尔MV7+麦克风  
第一名额外获得由舒尔提供的SRH840A监听耳  
机并由喜马拉雅提供金话筒荣誉奖杯+奖状

#### 好声音名场面演绎赛

比赛时间：8月2日-8月16日

最终第一名选手  
获得「舒尔之星」称号

喜马拉雅提供金话筒荣誉奖杯+奖状  
舒尔提供MV7+麦克风、SRH840A  
耳机

## 二、联合发起「好声音扶持计划」，与创作者直接精准对话，扶持好声音

### 1. 联合开启《创作者直播挑战赛》，设立「舒尔之星」荣誉奖项

舒尔品牌信息露出：三大直播挑战赛活动页面露出舒尔logo以及舒尔奖品名称，直播间定制舒尔礼物

三大直播挑战赛

#### 版权争夺赛



1423名创作者参与

#### 全民推荐好声音



756名创作者参与，开展3045场直播

#### 直播间



舒尔点赞礼

#### 好声音名场面演绎赛



共提交380个作品

## 二、联合发起「好声音扶持计划」，与创作者直接精准对话，扶持好声音

### 1. 联合开启《创作者直播挑战赛》，设立「舒尔之星」荣誉奖项

六大主会场露出舒尔banner位，以舒尔核心产品作为重点视觉，引流至**品牌分会场**，Banner总曝光达**25,580,127人次**

8.12-8.21 舒尔MV7+主播麦克风



8.22-8.29 舒尔新品SM4



舒尔品牌分会场



喜马拉雅 & 舒尔  
好声音扶持计划

喜马拉雅818宝藏会员节携手好声音扶持伙伴舒尔，向全平台创作者推出重磅扶持计划。无论是哪种类型的直播，都可以找到适合自己的比赛方式，展现个人所长，放大自身声量，赢得更大的舞台，更有机会被喜马拉雅平台看中，成为签约主播！

还有如下激励措施：



点击了解好声音扶持计划

## 二、联合发起「好声音扶持计划」，与创作者直接精准对话，扶持好声音

### 2. 官方大咖视频直播，使用舒尔话筒，品牌强曝光

#### 喜马拉雅『818宝藏会员节』宣讲会



舒尔产品展示

#### 喜马拉雅十二周年大咖直播-王濛×邓亚萍



舒尔产品展示&使用、舒尔品牌口播

## 二、联合发起「好声音扶持计划」，与创作者直接精准对话，扶持好声音

### 3. 打造舒尔品牌分会场，系统性官宣「好声音扶持计划」

舒尔品牌分会场-完整布局

介绍好声音扶持计划，为舒尔京东引流

『好声音扶持计划』完整说明



# 三、借势「喜马拉雅818宝藏会员节」宣推资源，舒尔联动曝光

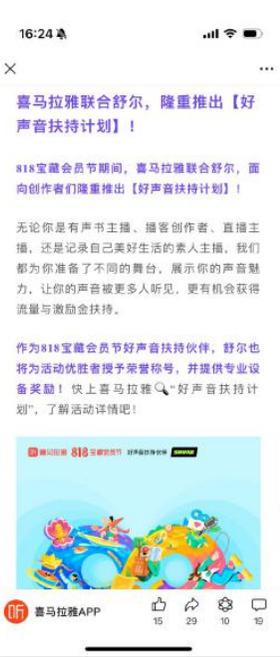
站内

## 开机大图

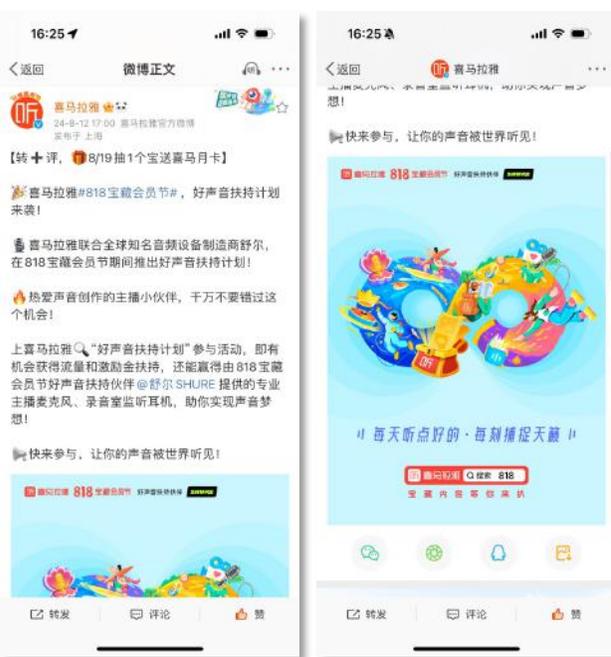


站外

## 喜马官方微信



## 喜马官方微博



## 喜马官方微博



## 小红书KOC



总曝光  
**23,514,790**

活动期间共发布**1**条微信、**2**条微博、**6**篇KOC小红书，总计曝光量**达158,637**

## 三、借势「喜马拉雅818宝藏会员节」宣推资源，舒尔联动曝光

活动期间共发布**22篇**新闻稿，露出舒尔logo与合作身份

### 喜马拉雅“818宝藏会员节”启动 百场直播调动年轻人表达欲

2024年08月12日 19:56 来源：中新网上海



本次“818宝藏直播 有戏”活动对年轻主播们成长的赋能还不仅限于此。活动期间，喜马拉雅设置主播热力榜，包含“带货榜、新势能榜、舒尔之星好声音榜”，听友可以助力喜爱的主播，第一名个人激励金最高达十五万元，还有亿级曝光流量扶持及价值上万元的实物奖励。此外，喜马拉雅还携手全球知名音频设备品牌SHURE舒尔，面向全平台创作者推出好声音扶持计划，支持创作者展现自身声音魅力，为听众带来更多高质量的音频内容。作为“818宝藏会员节”好声音扶持伙伴，SHURE舒尔也将为活动优胜者授予荣誉称号，并提供专业设备奖励，助力更多创作者的音频创作之路。



# 四、喜马拉雅核心资源位，定向声音创作者投放，引流舒尔电商活动

舒尔电商及电商口令总曝光**43,832,804**，引导**56.8万+人次**进入舒尔电商

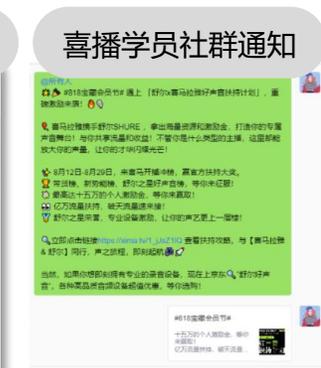
## 站内核心资源位

## 品牌分会场

## 活动通知

总曝光**16,861,557**，总点击**526,274**，整体点击转化**3.12%**

舒尔电商口令总曝光**30,747,345**



文案以**品牌宣传**为导向  
平均CTR: 3.08%

文案以**促销宣传**为导向  
平均CTR: 3.16%

总曝光**433,189**  
总点击**42,498**  
点击转化**9.81%**



舒尔声量提升

舒尔总曝光近1.32亿人次

舒尔TA触达

声音创作者精准触达

累计触达**272万**声音创作者，**102万**喜播学员（喜马拉雅官方主播培训机构）

直播挑战赛参与创作者**2851**名

舒尔心智渗透

树立舒尔声音行业专业形象

舒尔「喜马拉雅好声音扶持计划」官方合作身份累计曝光**6500万+**人次

舒尔电商引流

引导至舒尔电商**56.8**万人次