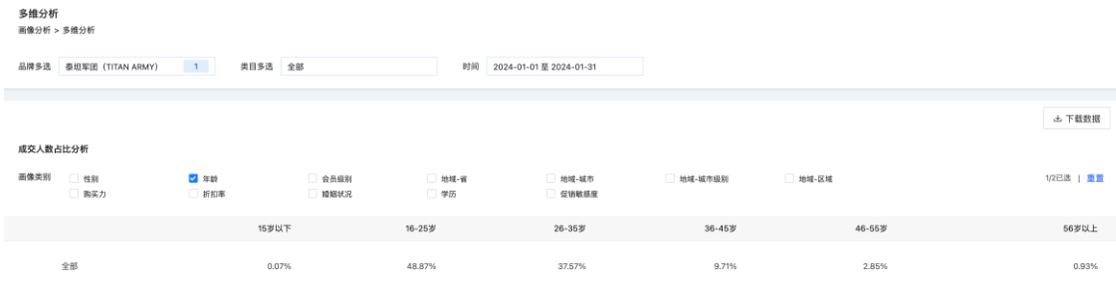


泰坦军团五八同城联名款 及共推家居电竞空间概念跨界合作案

- **品牌名称:** 泰坦军团
- **所属行业:** 电竞显示器
- **执行时间:** 2024.03-11
- **参选类别:** 跨界联合营销类

- 在显示器领域，电竞显示器是显示器品类的重要分支，以高刷新率而获得游戏玩家的青睐。被称为500万游戏玩家的启蒙显示器。
- 泰坦军团作为电竞显示器品类的黑马之一，成立八年来，一直致力于为游戏玩家提供高性价比的产品，现有用户其中年龄在：16-25岁占比47%，26-35岁占比39%，相当于16-35岁占比高达86%，婚姻状况：未婚高达81%，用户年轻化。



- 抢占 35 岁以上年龄段对显示器选购的品牌关注度,
- 引导他们选择泰坦军团,
- 同时扩大泰坦军团的整体销量,
- 是本次营销的重要目标。

- 跟其他竞品相同，泰坦军团每年也组织和赞助很多电竞比赛，但都属于对现有用户池的深度挖掘。如果需要扩大用户群体，尤其是用户的年龄段，就必须扩大营销的受众。

-

- 因此跨界，就是一个必经之路。

-

- 跨去哪里？——去正当龄的人那里。

-

- 谁是正当龄的人？——买房的人群。

根据贝壳研究院发布的《2021居住客群消费趋势年报》和《2021城市刚需购房报告》，以下是2021年购房平均年龄的相关信息”：

不同城市能级购房平均年龄

- 一线城市：购房平均年龄约为 36.9 岁”，刚需客群购房平均年龄约为 33.5 岁”。
- 新一线城市：购房平均年龄约为 34.2 岁”，刚需客群购房平均年龄约为 32.4 岁”。
- 二线城市：购房平均年龄约为 34.8 岁”，刚需客群购房平均年龄约为 32.8 岁”。

- 泰坦军团联系到了 58 同城 安居客的市场部人员，双方进行了以下合作：
- 1、联手推出了泰坦军团*58 同城安居客联名款产品。



2、在济南人气高涨的商圈举办了大型的线下发布会，不仅用于发布联名款，更公告双方共同推广“家居电竞空间”概念。

3、在 58 同城 安居客的全国 80 个样板间，摆放联名款显示器，首个购买该样板间的购房者，将被获赠这款电竞显示器。



4、以上 80 个样板间，都拍摄专门的看房视频，并在视频中明确宣布获赠显示器的活动。



5、在各大媒体进行泰坦军团与 58 同城的联名活动的发布，并邀请数码 KOL 进行联名款的评测。



- 1、联名款的 P27H2R 成为京东金榜产品



2、整个活动持续了半年（2024年1月到2024年9月，联名款下市），叠加其他利好，京东自营店铺的整体月均销量比活动开始前提升40%。

3、16-35岁年龄段以外的用户占比，提升了近5%。

