

OPPO K9&刺客伍六七新品营销

- ◆ 品牌名称：OPPO
- ◆ 所属行业：3C行业
- ◆ 执行时间：2021.05.28-06.05
- ◆ 参选类别：3C类



营销背景

- **OPPOk9新机发布，急需快速传播预热打爆新品。**
- **新机定位为2000元以下拥有65W超级闪充的5G90Hz电竞屏手机**
- **新机卖点：65w极速快充+172g轻薄机身+3D液冷散热系统+90HZ电竞高刷屏+高通骁龙768G**
- **动漫《刺客伍六七》目前受到了广大青年的追捧和喜爱**
- **电竞和动漫受众重合度较高，两者一拍即合联手打造动漫圈和手机圈的跨界狂欢**





营销目标

- 借助刺客伍六七这一ip将OPPOk9迅速打爆
- 结合产品自身卖点培养用户心智，打造OPPOk9的声量，提升新品销量

面临的问题和挑战

- 如何将动漫IP“伍六七”与OPPOk9有机联动起来？





OPPOk9的目标人群

- 爱玩游戏的高中生/大学生
- 爱玩游戏注重性价比的白领
- 追求性价比的进取大学生
- 社交娱乐的富裕青年
- 畅享年轻娱乐的初入社会者





营销策略

- 根据目标用户特征及兴趣点，与动漫《刺客伍六七》达成合作
- 考虑到产品卖点和目标用户特征，采用游戏化设计方式
- 采用游戏化设计，将动漫IP“伍六七”与产品卖点有机结合
- 利用H5互动营销玩法，将产品卖点融入互动游戏中，打破圈层建立Z世代用户玩购心智。





- Step1: 确定IP合作与活动创意形式，制作互动游戏，活动上线。

- Step2: h5验收成功，活动上线，京站内提供高粘性高活跃互动种子流量，通过京东展位、购物触点精准引流，站外利用京东直投广告投放平台，同时店铺私域配合露出，做好流量承接。

- Step3: 公私域联动，大面积曝光，强化新品认知

受众参与互动的营销场景：用户通过打卡做任务可积攒欧气值，欧气值到达一定设定值可开启伍六七宝箱，页面提示用户欧气值到达1000，解锁天黑请闭眼，点击一键充电，按钮由红变绿，页面提示65w极速充电，满血复活，让用户。

活动上线之初，流量较弱，用户跳失率高，随即分析原因，发现互动缺少新手引导动作，优化新手引导后，跳失率降低了35%



活动主页-产品展示



活动主页-任务列表



寻宝之解锁宝箱



产品特性融入



请用京东APP
扫码观看



欧气值到达1000
解锁“天黑请闭眼”

欧气值到达2000
解锁“我真的不胖”

欧气值到达4000解
锁“打入冷宫”

欧气值到达6000解
锁“空手接白刃”

欧气值到达8000解
锁“骁龙之力”



65w极速快充



172g轻薄机身



3D液冷散热系统



90HZ电竞高刷屏



高通骁龙768G

- 产品卖点场景化：如快充、电竞屏、续航、散热、轻薄机身等特性，利用寻宝闯关将产品卖点完美呈现，**在游戏中强化用户对品牌特性认知，培养用户心智**
- 跨界联合实现资源 and 价值最大程度的互换：OPPOk9与刺客伍六七的目标人群高度匹配，以动漫和电竞的跨界联合，**帮助新品快速提升人气**
- 游戏流量承接能力佳：定制游戏极好地承担了外部流量的转化，利用互动游戏为新品增加了上百万的商品权重，**新增店铺粉丝657188，搜索/点击的店铺/新品比例均得到提升**
- 游戏裂变分享率高：游戏拥有极高的裂变属性和用户黏性，**游戏pv242w，uv140w+,其中88w用户通过裂变分享进入**