

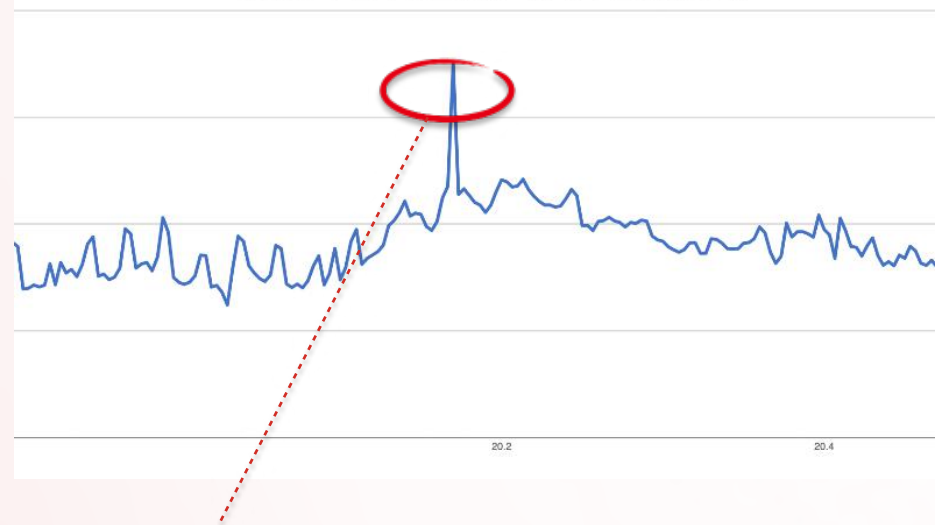
# 快手×小米，“应用分发全链路”创新营销

- ◆ **品牌名称**：快手
- ◆ **所属行业**：社交文娱
- ◆ **执行时间**：2020.01.20-01.31
- ◆ **参选类别**：效果类-效果广告

# 项目背景

春节是一年中最重要的节日，  
尤其娱乐类媒体已将CNY营销提高到公司战略高度

娱乐类平台下载量统计（小米平台数据统计）



春节期间娱乐类app下载量达到高峰  
(快手、抖音、优酷、爱奇艺、腾讯视频)



快手



抖音



腾讯



优酷

# 挑战

## 大红利下娱乐类媒体同样存在着巨大挑战



春节节点曝光增长，都想获得流量红利，  
快手面临的挑战是：

- 1) 如何提高下载转化率？
- 2) 如何防止竞品干扰且做到品效兼顾？

# 目标

小米平台上帮助快手在竞争白热化春节节点上，  
完成抢占新用户、激活老用户战役的全面胜利；

快手下载量  
提高50%

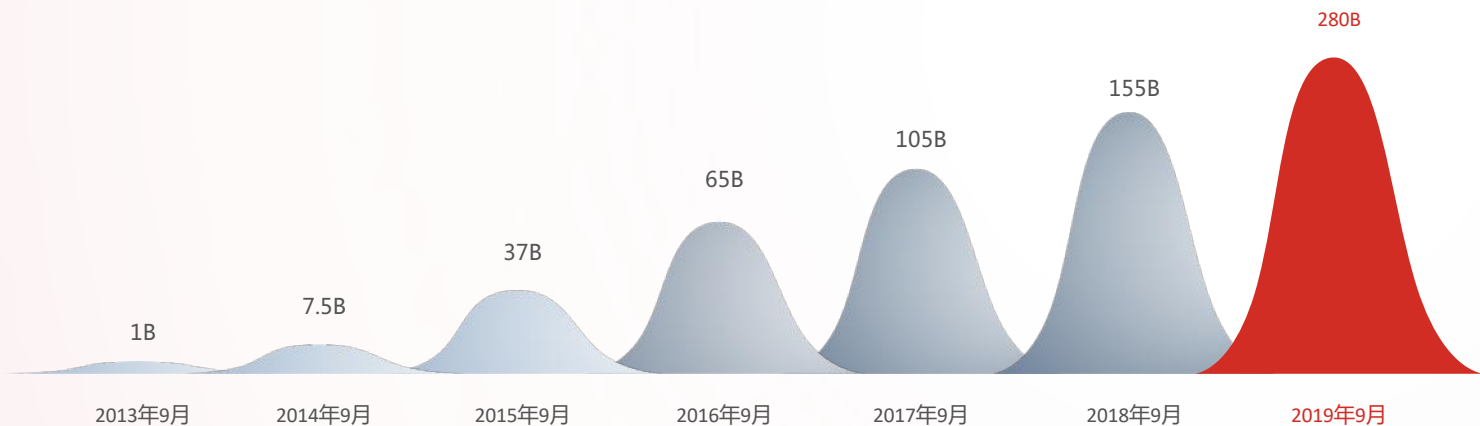
快手下载成本  
降低50%

# 洞察



小米应用商店  
APP.MI.COM

## 小米平台第一入口流量，分发量累计突破2800亿



>91%

国内小米手机中  
应用安装占比

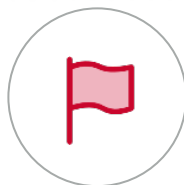
# 策略

三大强势“抢占”策略，  
实现快手系app“寻”、“搜”、“下”全链路抢占

策略



最短路径



独占排他



定制创新

下载全链路

“寻”：寻找  
App

“搜”：搜索  
App

“下”：下载  
App

# 执行——“寻”

# “寻”

商店首屏一页霸屏  
1+8定制独家展现

1: 定制大黄金Banner

8: 去除其他行业板块，精品列表前8位全部由快手系独占，防止竞品干扰。

升级前



升级后



1

超大定制  
Banner

8

精品列表  
独占8位

# 执行——“搜”

## “搜索前”

强势引导第一视觉

升级前：出现各式App

升级后：全快手系App



## “搜索中”

竞品100%拦截，关键词全覆盖

升级前：出现竞品，分流下载

升级后：拦截竞品，更多下载





# 执行——“搜”

## “搜索后”

霸屏吸睛，提高转化

保护目标用户广告触达

严防竞品搭便车抢量

升级前：页面简单，出现竞品



升级后：竞品100%拦截，霸屏定制



# 执行——“下”

# “下”

下载App详情页  
沉浸式定制，独占呈现

---进入下载界面---  
绝佳视觉呈现  
渲染春节氛围

竞品

升级前：视觉冲击弱



升级后：打造更佳体验感



全快手系

# 执行——小米其他资源助力

## 小米全生态资源助力

最大限度实现品牌曝光  
引导下载，为效果助力



商店开屏



预置搜索词

# 活动效果

投放周期：2020-01-01至2020-01-31

总曝光

3.21亿

下载量提高

总点击

100% (目标50%完成率200%)

1305万+

下载成本降低

总下载

60% (目标50%完成率120%)

813万+

