

# TECNO手机

**TECNO**

- ◆ **品牌全称:** TECNO手机 (传音集团)
- ◆ **所属行业:** 智能手机
- ◆ **参选类别:** 年度最具移动营销领导力品牌

- **TECNO手机是传音集团旗下最大的手机品牌**，传音集团致力于成为新兴市场消费者最喜爱的智能终端产品和移动互联服务提供商。自公司成立以来，传音一直着力为用户提供优质的以手机为核心的多品牌智能终端，并基于自主研发的智能终端操作系统和流量入口，为用户提供移动互联网服务。
- 经过多年的发展，传音现已成为**全球新兴市场手机行业的中坚力量**。2019年传音手机出货量1.37亿部，根据 IDC统计数据，全球市场占有率8.1%，排名第四；非洲市场占有率52.5%，排名第一；印度市场占有率6.8%，排名第五；孟加拉国市场占有率15.6%，排名第二。

- 在知名泛非商业杂志《African Business》（2020年6月版）发布的“2019/2020年度最受非洲消费者喜爱的品牌”百强榜中，传音旗下三大手机品牌TECNO、itel及Infinix分别位列第5、21及27名；在百强榜中，TECNO连续多年位居入选的**中国品牌之首**。
- 2019年，传音荣获“**中国民营企业500强**”、“**中国民营企业制造业500强**”、“**广东省制造业企业500强**”、“**广东省百强民营企业**”、“**深圳500强企业**”、“**深圳市民营领军骨干企业**”等殊荣。2019年9月30日，传音控股在上海证券交易所科创板成功挂牌上市。
- 作为一家深耕新兴市场的中国科技企业，传音从非洲起步，多年来一直**致力于与本地社会共生共赢，为新兴市场不断创造更多社会价值**。2020年，传音与联合国难民署达成合作伙伴关系，携旗下手机品牌TECNO支持联合国难民署全球教育项目——“教育一个孩子”（Educate A Child），帮助非洲难民儿童改善教育条件，获得更多受教育机会，为促进当地社会和谐发展积极贡献力量。

## SPARK Go爆品计划

初次在**未开放商业化的抖音**进行合作，达成**46亿**观看数，趁势拉抬后续SPARK4上市声量

- 活动中，结合产品卖点的内容互动率高达**9%**，同时，品牌力提升**262%**；销量提升**611%**；ROI达**1:647**；
- SPARK Go通过「合适的平台」+「创意的内容输出」+「行之有效的手段」= 营销费用节省**千万美金**量级；

## 斩获各类型营销大奖

- 2020金鼠标奖-出海营销金奖、
- 2020ADMEN国际大奖-整合营销类实战金奖、
- 2020中国无线营销大奖、
- 2019灵眸奖-2019十大营销案例)

## CAMON15首次全网直播线上发布会（泛西非第一次）

1. 全网发布会近**1亿**曝光量
2. CAMON15发布会共超过**170万人次**观看
3. 发布会当天喜提**双热搜**：Google Trend/Twitter trends
4. 尼日利亚于上市宣传期间，品牌好感度较同期提升**43%**(Google Search Index)



CAMON荣获四大技术大奖

2006年，传音集团成立，避开国内厮杀激烈的手机市场进入非洲市场。深耕非洲市场多年，凭实力被誉为“非洲手机之王”。

但占据非洲市场龙头并非传音TECNO的最终目标，着眼于“全球化”市场扩张的传音集团旗下手机中高端品牌TECNO，除了非洲市场以外，近年已陆续布局品牌扩张到了南亚、印度、东南亚、中东、俄罗斯、乌克兰、土耳其和南美市场。

因此，在放眼全球国际化市场布局同时，TECNO意识到摆脱和升级根深蒂固的“非洲本土”品牌形象是全球化扩张当务之急的目标。

借助品牌中高端手机产品线Camon系列的新品发布推广契机，为TECNO品牌形象升级转型，吸引中高端人群、提升TECNO的品牌国际知名度，扩张新兴市场份额、促进新品预购及销量转化，打响TECNO品牌升级战役，积极提升品牌国际形象。



颠覆常规的非洲地区O2O模式，更多聚焦在国际级明星效应上提升品牌的国际形象。并利用跨界营销，破圈层改变品牌根深蒂固的本土形象，提升国际化认知。

洞察新兴市场的社媒习惯，运用新兴市场主流新媒体增加品牌的曝光度以及用户参与感，通过互动增加新用户，抢占市场份额。

疫情爆发时，快速转变发布会策略，从容应对线上直播的临时需求，最大化品牌声量并促进预售转化；



## 整合资源配合主策略传播

预热期

1

- 社交媒体放出代言人线索，引发猜测
- 新兴社交媒体结合，发布抖音挑战赛
- 自有 BBS 平台配合传播
- OOH 大型广告扩大覆盖
- 用户导向活动，选拔 Camon CEO 率先体验新机

发布期

2

- 电视、YouTube、KOL 全渠道直播发布会
- 头部科技类 KOL Unbox Therapy 开箱测评
- PR全球通稿
- YouTube Masthead广告

稳定期

3

- 自有 BBS 平台发布疫情地图，发起 #StayAtHome 挑战
- 社交媒体配合宣传引流
- 吉尼斯世界纪录，世界最大翻页书





## 广告数据

发布会当天尼日利亚与巴基斯坦直播通过广告投放实现.....



曝光量同比 ↑  
50%

曝光成本同比 ↓  
40%

# 营销效果

## 销售数据

Camon15首次尝试新品发布直接预售

直播一小时内手机预售量

近万台

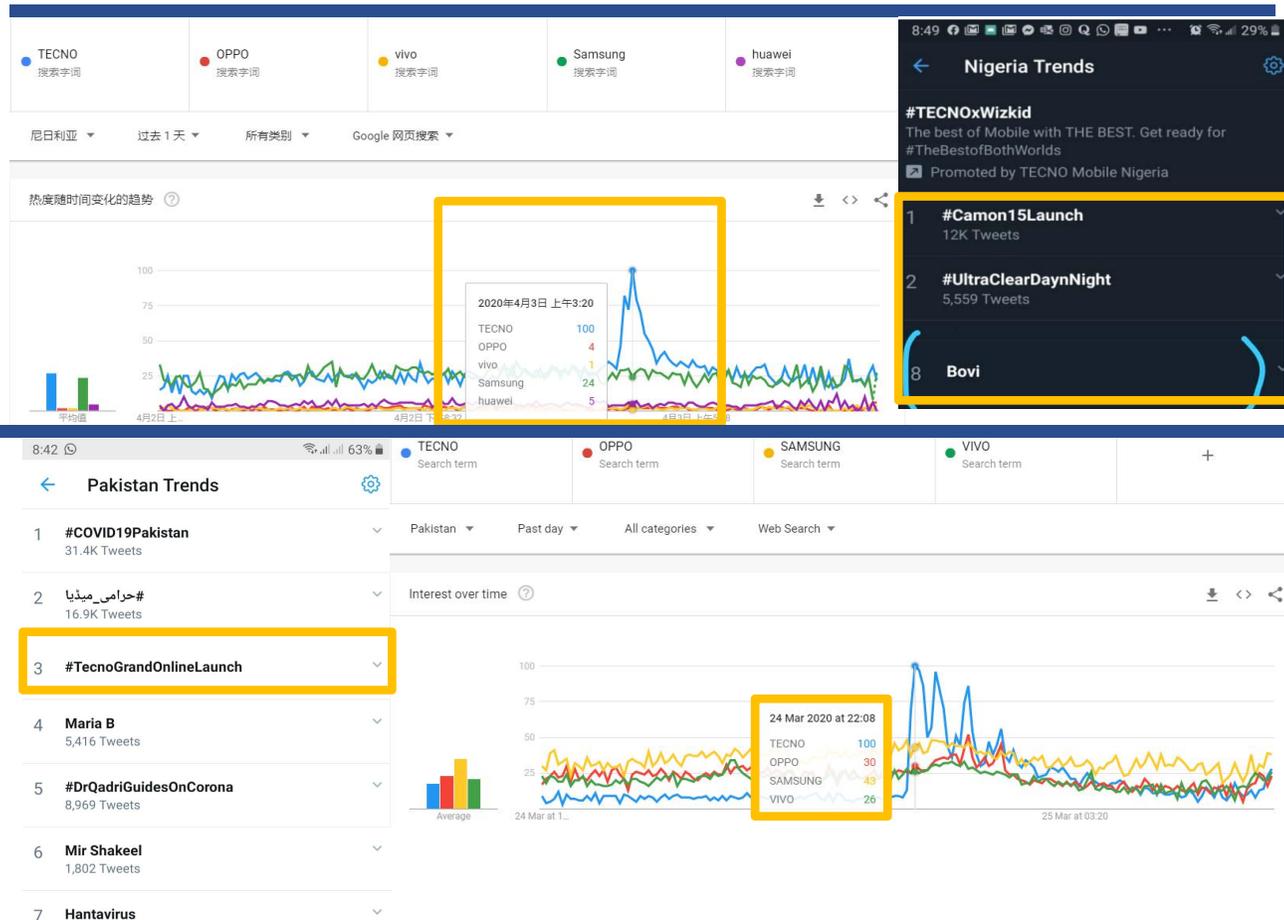
KPI超额完成

134%

数据来源: 客户提供



## 品牌声量数据



## 营销效果

- 尼日利亚收获Google、Twitter平台**双热搜**，且5小时内以**自然流量**承包Twitter **6个热搜**话题。
- 巴基斯坦Google trends冲上**顶峰**，且远高于其他竞争品牌，Twitter以**自然流量**登上热搜排行**第3位**。

## 营销效果



- 世界最大翻页书自然流量登上Twitter话题热搜，超过**200+**头部媒体报导，获得**1.4M+**浏览量
- Google传音TECNO搜索量相较2019Q1同比上升**43%**



APO

Updated: April 6, 2020

### The Facts Speak Loudly: the TECNO CAMON 15 Premier Broke A New Guinness World Record™ Title of Largest Flip Book

By Africa Press Office | April 6, 2020

