

华为P40系列 光影24小时微博传播活动

- ◆ 品牌名称: HUAWEI
- ◆ 所属行业: 手机
- ◆ 执行时间: 2020.04-05
- ◆ 参选类别: 内容营销类

背景

- 2020年4月8日，华为推出P系列新品手机，华为P40 系列，作为一款华为2020上半年的摄影旗舰手机，主打超感知徕卡五摄，100倍双目变焦的卖点。
- 华为P系列和华为手机其他系列相比，**摄影能力更出众**
- 本次微博活动出街时间在产品正式发布会之后，配合**华为P40系列全时段全焦段全场景高清的卖点**，在社交平台进行传播。

目标

01.宣传产品卖点

24张图片覆盖同一地点中24个小时不同的光影变化。让用户以最直接的方式感受到华为P40系列的摄影能力。

02.吸引用户的持续关注

在没有预告的情况下，官博平台以持续24小时的图文类直播活动引发讨论。

创意洞察

人们对于非常规的做法，总是充满好奇的。

官微作为代表华为官方发声的平台，日常的发布是有固定的传播逻辑的。

在用户习惯了常规且固定的日常发布后，一次别出心裁的“另类”操作可以有效吸引关注。

从白昼到黑夜，AE超感主摄为每一次拍摄提供精细画质，恰到好处的光影，让每个画面都呈现出电影般的质感，带来无限想象空间。

策略

- 1、发布预热通过一反常态的内容，告知粉丝“明天只发图不说话”，人性化的内容勾起了粉丝的兴趣。
- 2、24小时持续输出内容，保证了活动的话题的持续性。
- 3、两张光影24小时合成图通过震撼的光影视觉合成设计，让粉丝在备受震撼的同时，快速了解到了全时段全焦距全场景高清的卖点。

创意表达:

①预热阶段：4月24日周五晚上22:00@华为终端公司 发布活动预热，@花粉俱乐部转发互动。



创意表达:

②发酵阶段：4月25日周六早上5点开始，@华为终端公司 开始发海边样张，每小时发一组，发到4月26日周日凌晨4点；紧接着26日6点开始发城市样张，每小时发一组，发到4月27日周一凌晨5点

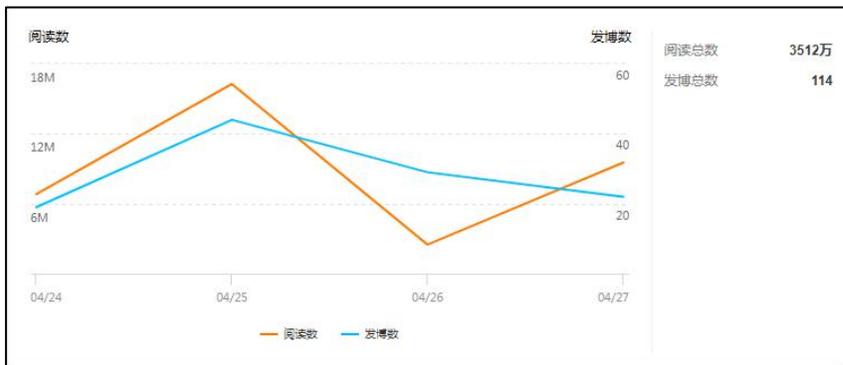


创意表达：

③引爆阶段：@华为终端公司 于4月27日周一上午发布光影24H的光影合成大片，揭秘#24小时图鉴#的真正面目。



此次光影24H内容传播，@华为终端公司 发布内容直接覆盖**1043万+**人次，二次传播影响**2357万+**人次，合计**3400万+**人次，互动总量共计**80000+**人次；其中#24小时图鉴# 内容**2**条，总阅读量**905万**；互动总量**4336**次。



*光影24小时传播期@华为终端公司 微博阅读趋势数据