

惠普在快手，出手即高手

- ◆ 品牌名称：惠普
- ◆ 所属行业：3C类
- ◆ 执行时间：2022.08.09-09.25
- ◆ 参选类别：短视频营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.kuaishou.com/3W57xK>



- **品牌背景：**惠普是提供IT产品和服务的全球巨头，一直以来他们使用**差异化的定位策略**为企业提供定制的产品和服务。但2015年以来，大众对于各式智能手机的需求正在迅速超越笔记本电脑，而惠普在智能手机的发展上远远落后于其他笔记本电脑。故惠普需要精准链接本产品用户，延长品牌传播的生命周期。
- **营销背景：**如今媒介多元化时代，品牌营销遍地开花，消费者越来越难“记住”一个品牌。在用户圈层文化区隔显著的情况下，单一的品牌内容难以满足各类平台，各类目标消费人群的精准需求，如何用**内容驱动流量增长精准触达消费者**，从而实现内容影响效率最大化，实现心智渗透，放大品牌效应，助力品牌突破营销增长边界是大家的共同期待。

营销目标



高手就是让更多人成为高手

惠普星系列产品的定位是“**创作者的搭档、伴侣**”和“**最重要的创作武器**”。因此快手平台中独特的年轻创作者自然成为惠普星系列产品链接目标用户的高效“介质”。惠普找到了隐藏在快手的4位“高手”共同打造“出手即高手”主题活动，视频内容营销圈粉受众，通过“**原生品牌内容 + 海量资源助推**”的矩阵式营销策略，以视频平台为主导，全方位助力惠普品牌及产品快速辐射和影响更多年轻创作群体。

- 通过深度共情内容实现心智渗透，宣导品牌价值观，真实提升品牌好感度；
- 借助全民挑战激励模式，激发二创，反复夯实用户心智，沉淀品牌资产；
- 打造站内站外整合宣推，提升品牌声量，触达更多核心用户，实现高质量种草。

以达人原生内容圈粉年轻创作者

01

场景共情深化种草力

通过短视频TVC与消费者用户产生共情，同时持续激发UGC，用真实的使用场景和强代入感俘获用户心智，进一步引发用户对产品及品牌的深度理解。

02

从“品牌说”到“用户说”

一改过往自上而下地“品牌-用户”的影响策略。充分利用快手原生的内容生态优势，从内容产出到内容传播两大阶段，实现精准触达和高质量种草。

人群准 海量的创作者是核心人群；

场景化 目标人群更关心日常使用场景；

话题爆 让创作者代言引发声量；



- 全站挖掘民间“隐藏高手”，场景共情深化内容种草力；

惠普在快手找到了隐藏在世间的4位“高手”——@小杰特效师、@拾光者计划、@潮绘师王大-、@王小潮，来自不同领域的达人用短视频展示了自己使用惠普星14 Pro的创作过程。以真实使用场景的自然植入，突出了惠普产品的特征及优势。**强代入感就是更强的种草说服力。**

- 以达人的成长故事构建品牌TVC；

通过达人敢于创新、秀出自我、创意无限、突破边界等背景，对品牌精神进行拆解，为品牌注入更多精神内涵，让品牌和用户进行精神与情感上的碰撞，形成更深层次的品牌营销传播。



● 站内发起#出手即高手 话题挑战赛；

通过全民内容共创玩法，持续扩大共创范围，带动达人、用户们结合自己的创作经历、创意脑洞开发出“出手即高手”的花式品牌故事，**让品牌卖点与理念精神也借着用户传播力顺势出圈。**

此外，惠普联动#整活吧创作人#，挖掘快手平台中更多C端创作人群，持续实现人群渗透。**在延续活动热度的同时持续扩大共创范围，反复夯实用户心智。**



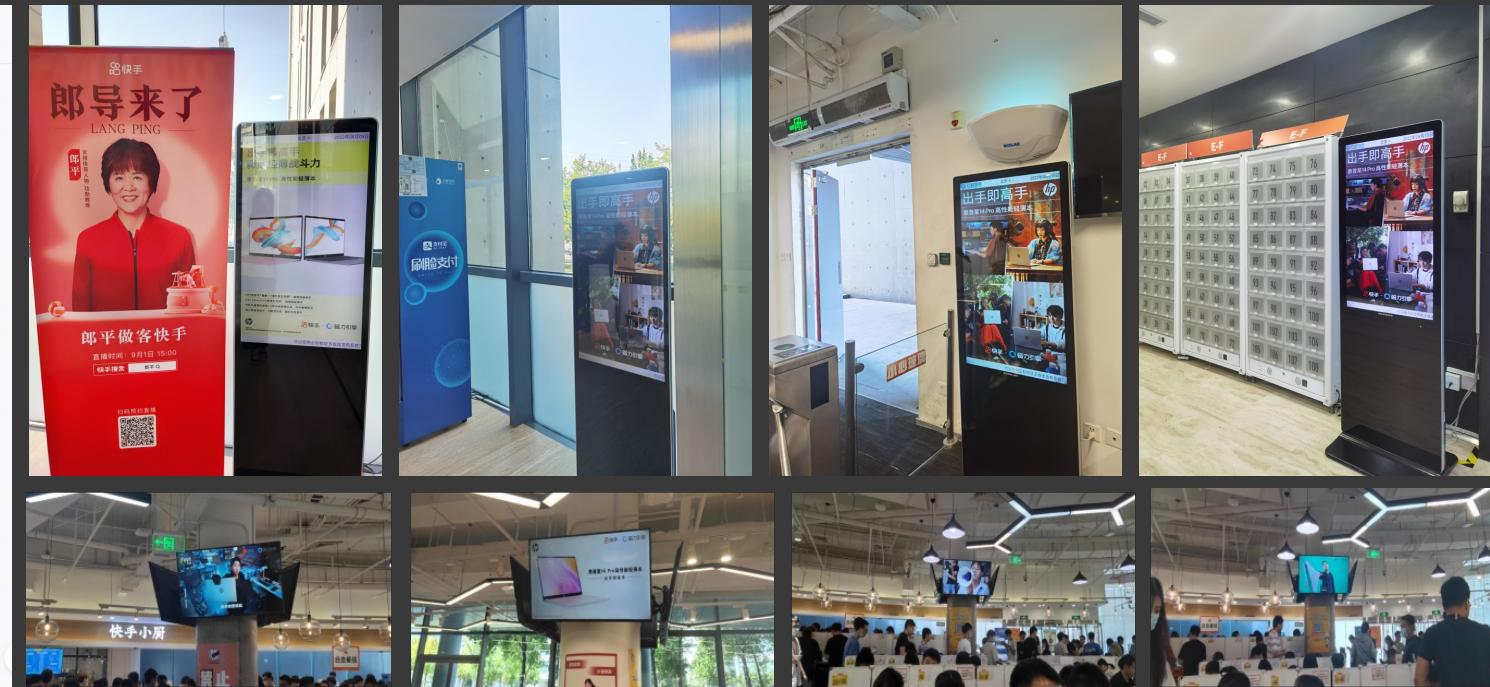
Kuaishou

快手搜索 整活吧创作人 Q



海量内宣资源，快手平台内部联动

快手平台内部联动



海报位内宣：快手总部服务中心、餐柜、电梯间

TVC精准定位人群引发声量，实现心智渗透-**总播放突破3.8亿+**



王小潮短视频内容超
143万+

拾光者计划短视频内容超
228万+

小杰特效师短视频内容超
137万+

潮绘师王大短视频内容超
716万+



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

C端创作人群渗透，延续活动热度，反复夯实用户心智

让 更 多 人 参 与 创 作 和 高 手

快手

整活吧 创作人

寻找快手最强创意达人

LE T'S CREATE

KWAI

CREATIVE

活动发起: 磁力引擎 · 磁力聚星

合作品牌: 优酷 | MARUBI 九美 | hp 惠普电脑

快手搜索 整活吧 创作人 Q

快手

整活吧 创作人

惠普 赛道重磅开启

#出手即高手#

活动发起: 磁力引擎 · 磁力聚星

合作品牌: 优酷 | MARUBI 九美 | hp 惠普电脑

快手搜索 整活吧 创作人 Q

话题页作品总计1.6万+ | 吸引2.5亿曝光

站内站外海量资源宣推，提升话题热度

海量站内资源位，提升#出手即高手热度

站外社群PR传播，打造案例

弹窗

热门精选活动

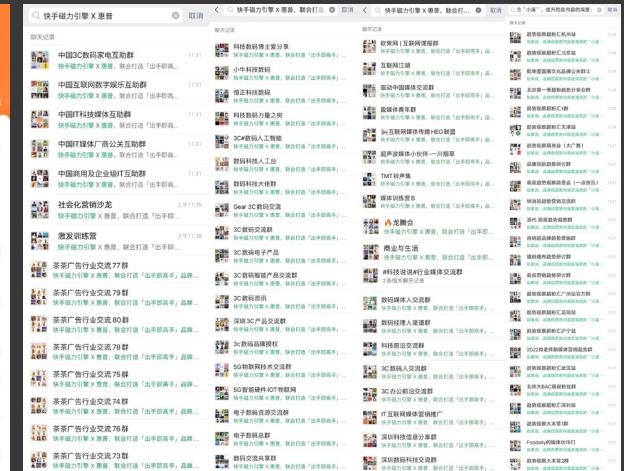
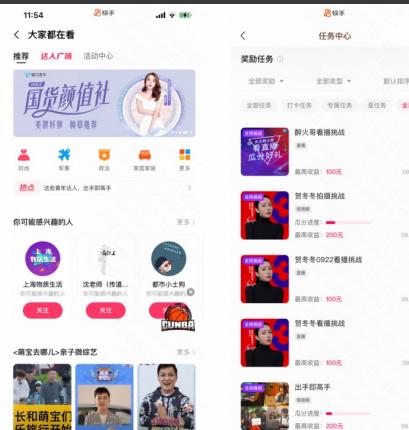
精选推荐Banner 热点文字链

挑战赛任务

快手热榜

社群宣推

知名广告人朋友圈传播



出手即高手，站内运营资源总曝光超过
总曝光突破**6678万+** | 总点击突破**7.95万+**

快手热榜
第6位

出手即高手，站外PR传播
75个社群推送 | 总触达13万+人次

从内容产出到内容传播两大阶段，实现精准触达和高质量种草



惠普与快手的合作，是“达人+X”模式的一次成功实践。一方面通过达人的内容感染力和粉丝信任度，撬动原生自然流量；另一方面通过话题挑战赛卷入更多用户参与，进一步影响用户心智。

对平台来说为品牌提供内容营销全链路的同时更深化了快手与用户、用品牌之间的价值链接。快手正成为越来越多品牌布局达人营销的主阵地，全面释放达人营销从破圈、连接到经营、转化等全链路价值。