

联想小新 新品上市场景视频营销

- ◆ **品牌名称:** 联想
- ◆ **所属行业:** 数码3C
- ◆ **执行时间:** 2023.06.04-07.28
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-短视频

- 作品创作背景：联想基于全新用户洞察，在性能和设计上继续创新，推出三款产品：小新学习平板、小新 Pad Pro 12.7 大屏学生平板、小新投影仪365。为宣传新品上市，拍摄三支场景视频。
- 传播目标：通过三支场景视频向消费者具体展示联想小新新品的功能和设计特点，增强消费者的购买欲望，并提高新品知名度。

- **内容规划**

小新学习平板视频创意：以青春活力的音乐作为背景，展示少儿在不同学习场景中使用学习平板的画面。视频中可以呈现使用学习平板解决了少儿学习过程中的各种问题，突出学习平板的资源丰富、高效性和管控能力。强调产品的优势，并与追求高质量学习体验的家庭群体紧密联系起来。

- 小新 Pad Pro 12.7 大屏学生平板视频创意：以引人入胜的故事情节为基础，展示年轻人在多种娱乐场景中使用大屏平板的场景。视频中描绘了他们与朋友一起使用大屏平板观看电影或唱歌的欢乐时光，以及在家庭聚会或派对上使用大屏平板分享照片和视频的场景。通过强调大屏平板的震撼视觉效果、流畅操作和多功能应用，吸引年轻人追求能提供高品质娱乐生活、学习生活的电子产品的兴趣。

- 小新365投影仪视频创意：以年轻情侣生活场景为背景，展示年轻人使用投影仪创造多彩生活的情景。视频中可以呈现他们在家庭影院中享受电影盛宴、通过使用投影仪健身、使用投影功能氛围墙提升生活质量。通过突出投影仪的高清晰度投影效果、便携性和高影音性能，吸引年轻人追求品质生活和多功能应用的兴趣。

- 以上描述基于策略所生产的内容形式（视频）和创意要点，旨在各自突出三款新品的特点，并与追求生活质量的年轻群体紧密联系起来。这些宣传视频将通过展示不同的情境和使用场景，激发观众的想象力和共鸣，并以吸引人的方式传达产品的价值和适用性。

- **核心创意点阐述：**年轻一代消费者，他们注重产品个性化，追求时尚潮流；同时也关注产品的性能表现、处理器速度等科技特点；学生和家長群体需要一款功能强大的平板满足学习需求；喜欢进行娱乐活动，如高清视频观看、游戏和多媒体编辑；同时希望产品便携轻薄，并具有长时间续航。通过了解这些洞察，联想小新可以在宣传视频突出了产品的外观、技术、性能、移动便捷性和多媒体功能，吸引目标消费者并促使购买。

- **创意表现方式**

小新学习平板宣传视频链接：

<https://video.weibo.com/show?fid=1034:4924942689697812>

小新Pad Pro 12.7 大屏学生平板宣传视频链接：

https://video.weibo.com/show?fid=1034:4924557157662749&mark_id=999_reallog_mark_ad%253A999%257CWeiboADNatural

小新365投影仪宣传视频链接：

<https://video.weibo.com/show?fid=1034:4927463424458765>

通过这些创意和精心执行的视频宣传，联想将突出新品的特点和优势，吸引目标受众的注意力，提高品牌知名度和产品销售额。

- 策略与方法：本项目使用的传播渠道、传播手段以及可量化的KPI指标可以如下所示：
- 传播渠道：社交媒体平台（例如微信、微博等） 在线广告、搜索引擎优化（SEO） 联盟推广（与相关网站或平台合作） 媒体宣传（通过新闻稿、采访等方式在主流媒体上进行报道）
- 传播手段：1、视频营销：制作有吸引力和创意的宣传视频，以展示产品的功能和优势。2、内容营销：编写有价值的文章、博客或资讯，以增加受众对项目的关注和兴趣。3、社交媒体营销：通过社交媒体平台发布内容、互动和与用户交流，提高品牌知名度和用户参与度。4、搜索引擎营销：通过优化网站内容和关键词，提高搜索引擎排名，增加有意向用户的流量和转化率。5、线下活动：参加相关行业展会、研讨会等活动，与目标受众进行面对面交流和推广。
- KPI指标：1、品牌知名度：通过市场调研、品牌调查等方式，衡量项目的品牌知名度。2、社交媒体参与度：测量社交媒体平台上用户对内容的互动、分享和评论情况。3、网站流量和转化率：通过网站分析工具，追踪网站的访问量、页面停留时间以及转化率（例如注册、购买等）。4、广告点击率（CTR）：衡量在线广告的效果，评估广告被点击的比例。

- *作品传播渠道及其效果：项目在市场上获得了较高的品牌知名度，得到了广泛的媒体曝光和积极的社交媒体参与度。基于视频发布的社交平台数据，能够发现用户对联想小新的认可度和关注度显著提升，正向舆论居多，表明传播效果良好。*