

华为nova11，虚实相生开启发布会2.0时代

- **品牌名称：**华为
- **所属行业：**消费电子
- **执行时间：**2023.09-10
- **参选类别：**元宇宙营销类

科技新品发布会已从稀缺话题成为行业常态，平均每天多达**12场**，面临**创新度、话题度、传播度**等多重挑战，华为nova11系列发布在即，如何破局成为本次营销的关键目标和挑战。



提升发布会及新品关注度，为后续售卖奠定基础。

- 1、人群触媒洞察：**华为nova 11核心受众为18-25岁的年轻群体，微信是TA们活跃度最高的社交媒体，小程序是TA们深度应用的多元化工具。
- 2、营销趋势洞察：**走在新潮科技前沿的Z世代，是追逐元宇宙内容及消费的头部落力量。

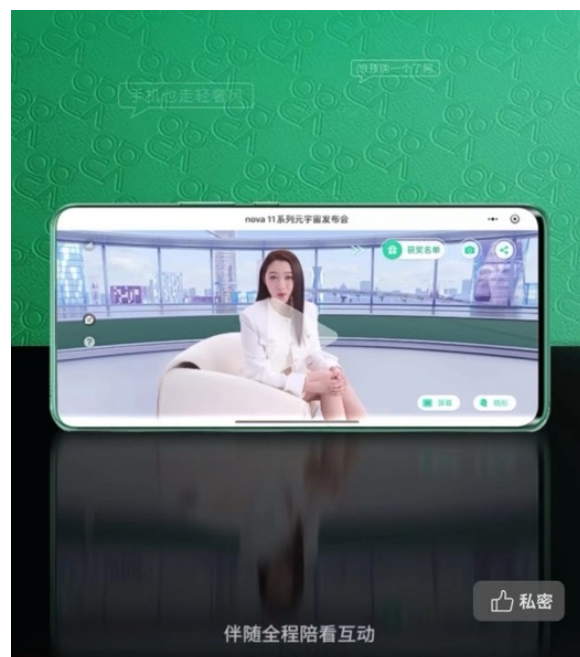
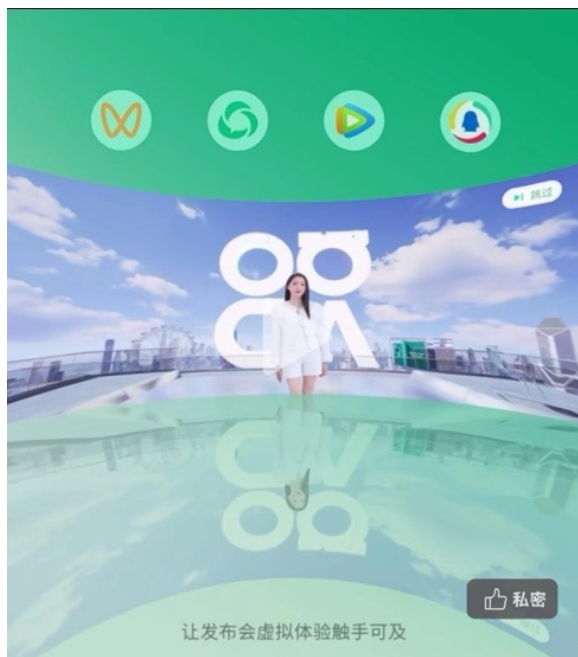
营销策略：年轻人最爱的社交平台+最in的元宇宙社交玩法，为nova11打造全球首场元宇宙小程序发布会，全面革新传统手机发布模式。

为nova11打造全球首场元宇宙小程序发布会，全面革新传统手机发布模式，【创新度+话题度+传播度】全面拉满

1、创新度：通过创新技术能力，为华为**首次定制化开发**元宇宙小程序，打造“以假乱真”的创新发布体验，吸引年轻群体关注与互动；

2、话题度：释放流量价值，nova代言人**关晓彤化身元宇宙陪伴官**，伴随全程陪看互动，让发布会好看更好玩；

3、传播度：娱乐、社交双场景火力全开，**娱乐场景**渗透腾讯视频首页、搜索、框内等全场景一键引流小程序，**社交场景**头部垂类KOL组成nova11”达人报道团“同步直播，通过直播组件跳转虚拟元宇宙小程序，打开“虚实”传送门，激发社交火热分享。



元宇宙发布会小程序累积访问量600W+，
项目累积曝光量3000W+，全面超过nova历史
发布会影响力。

