

行业首创视频号创新大事件 助力vivo X200登顶热度之巅

- **品牌名称:** vivo
- **所属行业:** 3C类
- **执行时间:** 2024.10.14-10.30
- **参选类别:** 直播营销类

- 背景:

随着双11大促及手机旗舰新品扎堆发布会的临近，各大品牌纷纷入局品牌营销流量高地的争夺战。新消费趋势下，品牌要想赢得用户的青睐，背后离不开社交内容的真实链接。

vivo希望联手微信视频号，撬动微信生态多个触点，以视频号话题页汇聚达人热议，打造「高热出圈」的视频号营销新范式。

- 目标：10月14日，vivo X200系列重磅发布，希望与腾讯广告合作让新品发布会直播场观和话题热度破纪录，刷新行业热度新峰值，提高市场对vivo和新产品的关注度
- （此前视频号-全行业直播场观纪录 2000万）

核心策略——聚焦微信生态，引爆发布节点

vivo X200联手微信视频号，撬动微信生态多个触点沟通场景

以视频号话题页汇聚达人热议，打造「高热出圈」的视频号营销新范式

1、社交创新资源组合，发布会场观再造历史：

邀请10+腾讯新闻科技媒体矩阵式直播，联动限时全量朋友圈+视频号信息流全域覆盖，热度瞬时登峰，精准触达核心受众，引发行业超高关注度

2、科技圈层内容共创，刷新视频号热度峰值：

首次联动腾讯科技发起官方视频号活动话题页，众多科技圈名人齐参与，视频号活动内容量首日突破200条，全方位展示官方内容解读+优质评测

3、新品汇聚超高人气，发布当晚即登热搜榜：

发布当晚搜一搜、视频号话题同时霸榜，首次登顶视频号热点视频 TOP1，发布会期间搜一搜搜索发现多次上榜，真正实现人人热议讨论效果

关键动作2——全量广告提升广度，精准触达提升深度

vivo X200采用全量CPT朋友圈广告的触达策略，在发布会的2小时内，最大化实时触达微信生态用户，将发布会直播体验值拉满，会间搜一搜搜索发现多次上榜，也助力vivo首次登顶视频号热点视频TOP1，全方位展示新品热度

首销月内通过公众号产品关键词广告精准触达对产品高意向的消费人群，也借助聚合200+科技视频号达人的评测内容，持续辐射科技圈层及手机消费爱好者圈层的人群



- 立足微信生态优势，聚焦手机行业新品发布会的生意场景，借助腾讯强大的内容共创+社交信任+全域场景的整合能力，我们帮助vivo实现了4个行业历史第一，以2300w直播观看量刷新手机行业发布会直播历史，助推vivo X200系列新机引爆科技圈层热议。
- ☑ 以2300w视频号直播观看量刷新行业历史，成为当之无愧的发布会直播场观行业第一
 - ☑ 携手腾讯科技，首创新机视频号活动合作模式，将vivo X200系列发布会热度推向峰值
 - ☑ 登顶视频号热点视频和搜一搜搜索发现双TOP1
 - ☑ 实现了发布会当日视频号活动页内容量行业TOP1

