

百度认证

2015年百度数字营销案例大赛

索引真实世界
启迪智慧营销

百度KA渠道部、中国传媒大学MBA学院

2015年百度数字营销案例大赛

突围茫茫机海
vivo新品上市爆破式营销创新

目录

Contents

- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- 营销策略
- 项目执行
- 效果评估与社会价值
- 结束语

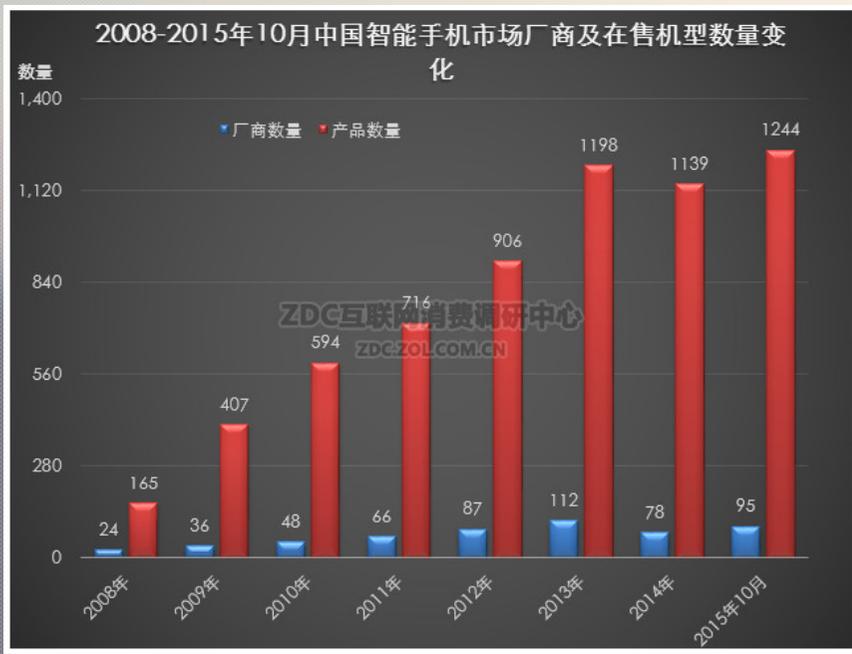
目录

Contents

- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- 营销策略
- 项目执行
- 效果评估与社会价值
- 结束语

手机市场新品井喷，品牌厂商厮杀激烈

2015年中国智能手机市场
手机品牌厂商数量多达**95**家
手机厂商在售机型多达**1244**种



数据来源：ZDC互联网消费者调研中心 2015年11月

仅2015年10月份
手机圈新品发布会就多达**17**场
27号当天有**5**场发布会

| 时间 | 发布会 |
|--------|-----------|
| 10月14号 | 中兴手机发布会 |
| 10月15号 | 神舟手机发布会 |
| 10月19号 | 坚果手机发布会 |
| 10月19号 | 小米发布会 |
| 10月20号 | 百事手机发布会 |
| 10月20号 | HTC发布会 |
| 10月20号 | 汪峰耳机发布会 |
| 10月21号 | 三星新品发布会 |
| 10月21号 | 魅蓝手机发布会 |
| 10月27号 | 摩托罗拉手机发布会 |
| 10月27号 | 乐视手机发布会 |
| 10月27号 | 高通发布会 |
| 10月27号 | 华硕手机发布会 |
| 10月27号 | 华为荣耀发布会 |
| 10月28号 | 蓝魔手机发布会 |
| 10月29号 | 一加手机发布会 |
| 10月29号 | 索尼手机发布会 |



OPPO秋季新品品鉴会



MOTO新品



清华大学MBA学院
用管理论释成功 借传媒改变世界

vivo新品上市搜索营销任务

营销事件：11月30日vivo X6新品发布会

新品卖点：4G大运存、双引擎闪充、360°指纹识别、金属机身

新品slogan：够快才畅快

发布会资源：北京水立方新品发布会网络直播

营销需求：

- ◆ 借力新品发布会聚集关注度，提升品牌知名度
- ◆ 通过精准营销输出功能卖点，提升新品认知度
- ◆ 深度沟通手机行业人群，建立消费第一联想



Baidu 认证
成就互联网营销英才



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINA UNIVERSITY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
用管理理论成功 借传媒改变世界

vivo新品上市搜索营销挑战

如何在**茫茫机海**中，
快速抓住手机消费者眼球

如何在新品上市后，
占领手机**消费者心智**



Baidu 认证
成就互联网营销英才



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF CHINA
用管理理论成功 借传媒改变世界

vivo新品上市搜索营销思考

广告主视角营销诉求



代理商视角营销思考



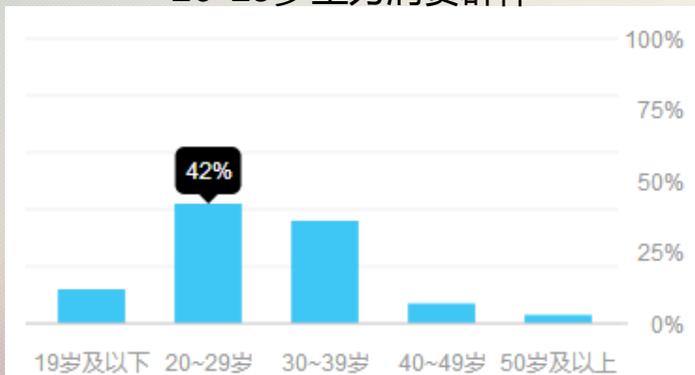
目录

Contents

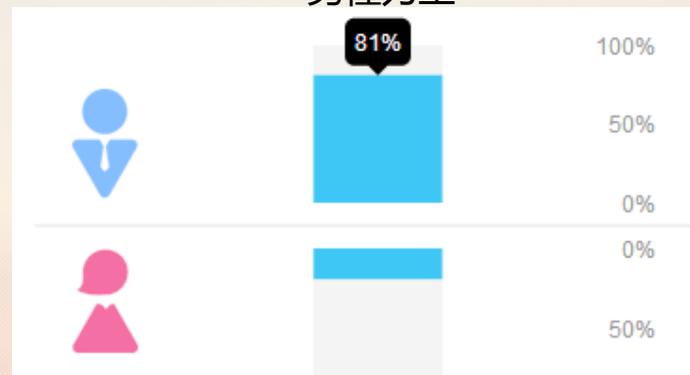
- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- 营销策略
- 项目执行
- 效果评估与社会价值
- 结束语

人群画像：20-29岁主力消费群体，男性为主，网络行为集中在搜索等

20-29岁主力消费群体



男性为主



vivo品牌核心人群网站访问行为集中在搜索、社交、电商、评测网站、导航、门户等

手机行业VIVO品牌人群网站访问PV排行

| 排名 | 访问网站地址 | VIVO | OPPO | IPHONE | 华为 |
|----|-----------------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | baidu.com | 40.24% | 42.65% | 44.79% | 38.31% |
| 2 | qq.com | 5.49% | 4.40% | 5.40% | 3.96% |
| 3 | jd.com | 4.78% | 4.26% | 3.78% | 6.73% |
| 4 | zol.com.cn | 4.59% | 6.05% | 1.96% | 5.48% |
| 5 | vivo.com.cn | 3.83% | 0.32% | 0.25% | - |
| 6 | hao123.com | 3.61% | 4.89% | 4.38% | 3.60% |
| 7 | 163.com | 3.33% | 2.60% | 2.53% | 1.41% |
| 8 | sogou.com | 2.43% | 5.31% | 2.34% | 3.63% |
| 9 | eebkk.com | 2.35% | - | - | - |
| 10 | autohome.com.cn | 1.78% | 0.68% | 3.18% | 3.75% |

手机行业VIVO品牌人群网站访问PV排行

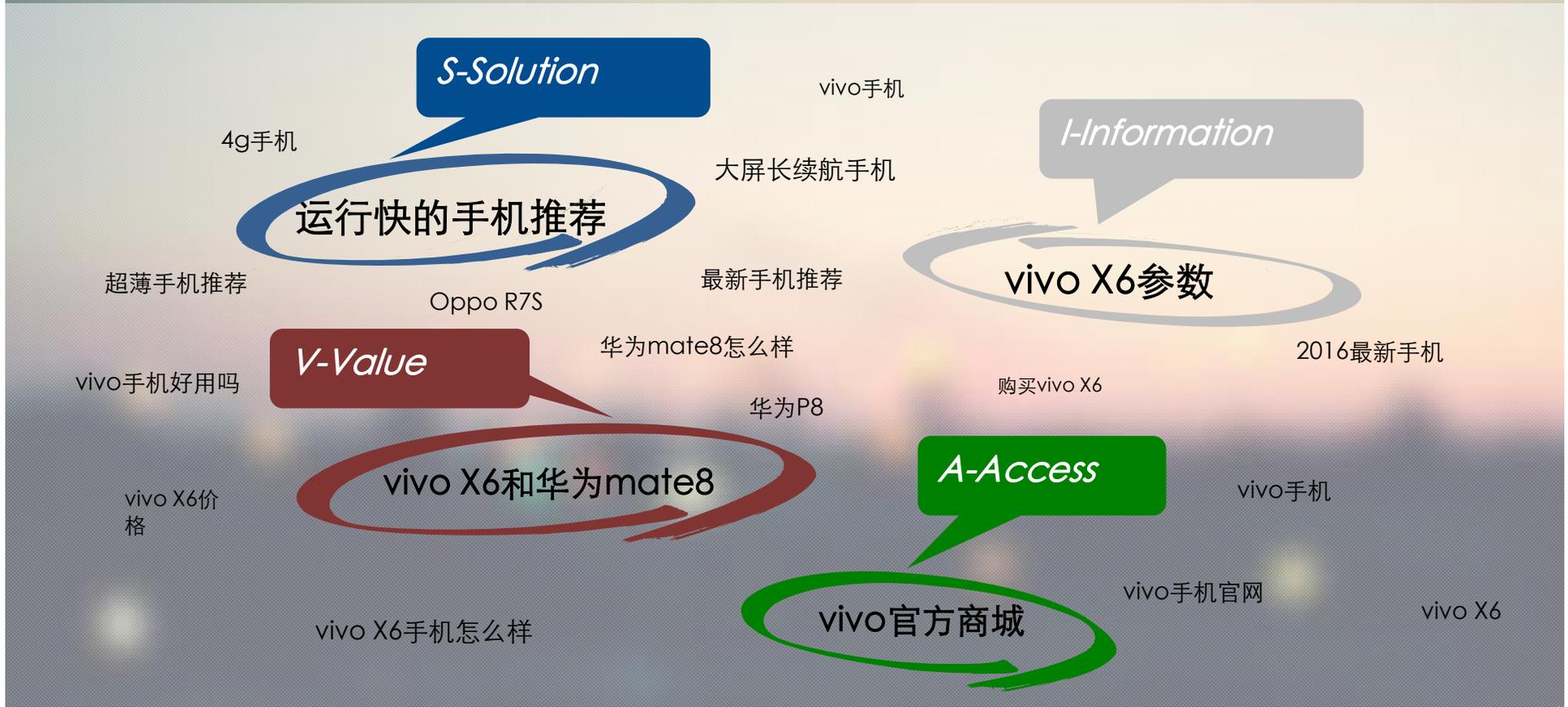
| 排名 | 访问网站地址 | VIVO | OPPO | IPHONE | 华为 |
|----|-----------------------|-------|-------|--------|-------|
| 11 | 58.com | 1.71% | 0.35% | 1.45% | 0.69% |
| 12 | taobao.com | 1.43% | 1.64% | 1.82% | 1.61% |
| 13 | chinamobile.com | 1.41% | 0.17% | 0.30% | - |
| 14 | ifeng.com | 1.34% | 1.47% | 2.28% | 3.28% |
| 15 | marykayintouch.com.cn | 1.15% | - | - | - |
| 16 | 2345.com | 0.85% | 1.76% | 0.75% | 1.63% |
| 17 | china.com | 0.82% | 0.24% | 0.27% | 0.92% |
| 18 | 4399.com | 0.77% | 1.61% | 0.80% | 0.27% |
| 19 | sina.com.cn | 0.77% | 1.43% | 1.59% | 2.20% |
| 20 | bitauto.com | 0.73% | 0.13% | 0.58% | 0.11% |

数据来源：百度司南人群洞察&百度指数专业版 2015.12



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CENTRAL UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS
用管理理论成功 借传媒改变世界

用户的海量搜索以关键词形式呈现，且可以分类



数据来源：百度关键词工具 2015.12

国产手机关注度赶超国际品牌，vivo位居Top4，品牌实力与竞争压力并存



数据来源：ZDC互联网消费者调研中心 2015年11月



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM
用管理论释成功 借传媒改变世界

媒介垂直化，触媒碎片化，搜索收口集中化

搜索引擎，中国互联网应用TOP3，聚集大量网络用户

表 5 2014.12-2015.6 中国网民对各类网络应用的使用率

| 应用 | 2015年6月 | | 2014年12月 | | 半年增长率 |
|----------|---------|-------|----------|-------|-------|
| | 用户规模(万) | 网民使用率 | 用户规模(万) | 网民使用率 | |
| 即时通信 | 60626 | 90.8% | 58776 | 90.6% | 3.1% |
| 网络新闻 | 55467 | 83.1% | 51894 | 80.0% | 6.9% |
| 搜索引擎 | 53615 | 80.3% | 52223 | 80.5% | 2.7% |
| 网络音乐 | 48046 | | | | 0.5% |
| 博客/个人空间 | 47457 | | | | 7% |
| 网络视频 | 46121 | | | | |
| 网络游戏 | 38021 | | | | |
| 网络购物 | 37391 | | | | |
| 微博客 | 20432 | | | | |
| 网络文学 | 28467 | | | | 2% |
| 网上支付 | 35886 | 55.1% | | | 17.9% |
| 电子邮件 | 24511 | 36.7% | 23178 | 38.8% | -2.6% |
| 网上银行 | 30696 | 46.0% | 28214 | 43.5% | 8.8% |
| 旅行预订* | 22903 | 34.3% | 22173 | 34.2% | 3.3% |
| 团购 | 17639 | 26.4% | 17267 | 26.6% | 2.2% |
| 论坛/bbs | 12007 | 18.0% | 12908 | 19.9% | -7.0% |
| 网上炒股或炒基金 | 5628 | 8.4% | 3819 | 5.9% | 47.4% |
| 互联网理财 | 7849 | 11.8% | 7849 | 12.1% | 0.0% |

搜索引擎
网民使用率
80.3%

表 6 2014.12-2015.6 中国手机网民对各类手机应用的使用率

| 应用 | 2015年6月 | | 2014年12月 | | 半年增长率 |
|----------|---------|-------|----------|-------|-------|
| | 用户规模(万) | 网民使用率 | 用户规模(万) | 网民使用率 | |
| 手机即时通信 | 54018 | 91.0% | 50762 | 91.2% | 6.4% |
| 手机搜索 | 45434 | 76.5% | 42914 | 77.1% | 5.9% |
| 手机网络新闻 | 45959 | 77.4% | 41155 | 74.6% | 10.6% |
| 手机网络音乐 | 38556 | 65.0% | | | 5.2% |
| 手机网络视频 | 35434 | 59.1% | | | 9% |
| 手机网络游戏 | 26699 | | | | |
| 手机网络购物 | 27041 | | | | |
| 手机网络文学 | 24908 | 41.1% | | | 3% |
| 手机网上支付 | 27579 | 46.5% | | | 19.9% |
| 手机网上银行 | 21471 | 36.2% | | | 8.4% |
| 手机微博客 | 16227 | 27.3% | 17083 | 30.7% | -5.0% |
| 手机邮件 | 14228 | 24.0% | 14040 | 25.2% | 1.3% |
| 手机旅行预订 | 16772 | 28.3% | 13422 | 24.1% | 25.0% |
| 手机团购 | 12906 | 21.7% | 11872 | 21.3% | 8.7% |
| 手机论坛/bbs | 7662 | 12.9% | 7571 | 13.6% | 1.2% |
| 手机炒股或炒基金 | 3695 | 6.2% | 1947 | 3.5% | 89.8% |

手机搜索
网民使用率
76.5%

数据来源：CNNIC 《第 36 次中国互联网络发展状况统计报告》2015.7

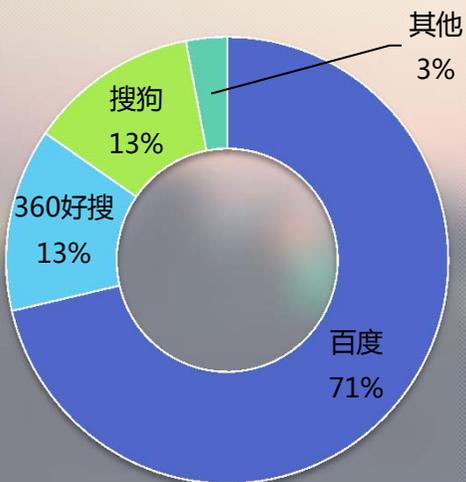


中医传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINESE MEDICAL UNIVERSITY OF CHINA
用管理理论成功 借传媒改变世界

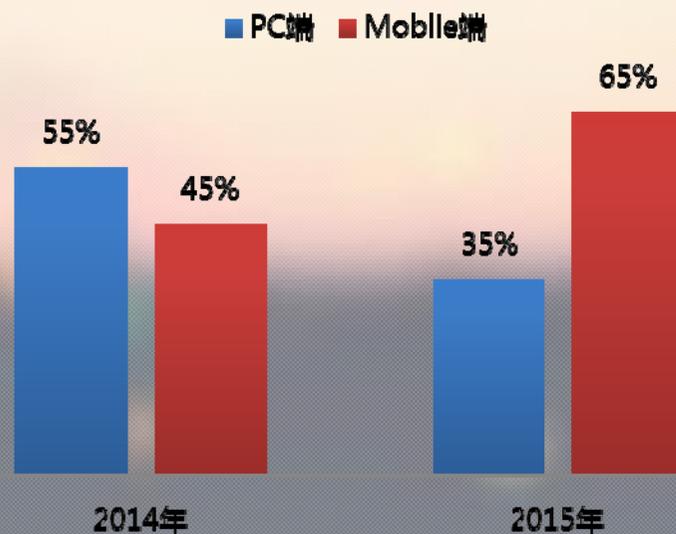
百度搜索份额领先，无线端流量增长趋势明显

百度整体搜索份额显著领先，高于70%；无线端增长趋势明显，2015年搜索份额高于PC。对于广告主而言，百度成为营销重阵。用户无线化趋势明显，营销聚焦需要注重无线端。

2015年10月中国搜索引擎整体搜索访问次数比例



2014-2015年百度PC&MOB端搜索份额占比



数据来源：艾瑞调研工具&百度搜索数据 2015.11



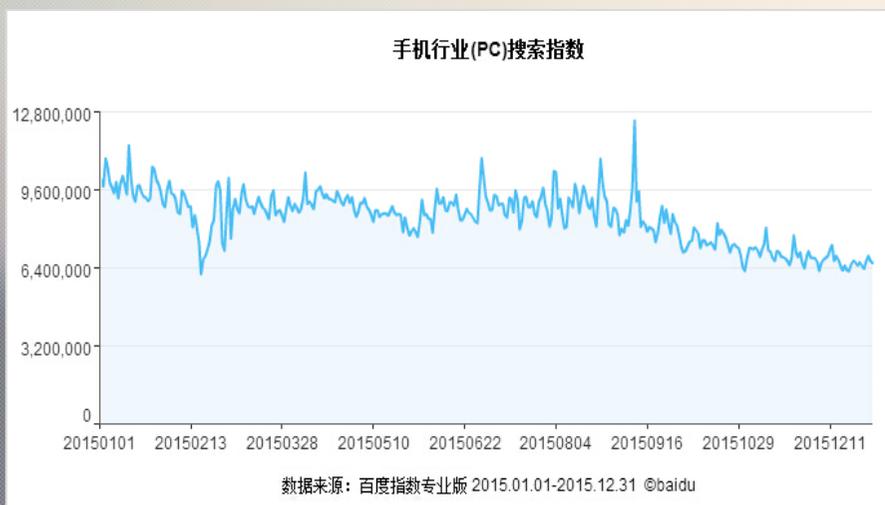
Baidu 认证
成就互联网营销英才



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF CHINA
用管理理论成功 靠传媒改变世界

搜索引擎，每日汇集海量手机行业相关检索需求

手机行业相关检索全年持续高涨，PC端日均指数960万/日，无线端为1400万/日；用户检索需求从PC向移动端迁移，无线端行业指数在9月达到峰值。



数据来源：百度指数专业版 2015.12



Baidu 认证
成就互联网营销英才



中医传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CHINA UNIVERSITY OF TRADITIONAL CHINESE MEDICINE
用管理理论成功 借传媒改变世界

搜索营销媒介价值再思考

搜索引擎营销价值金字塔

实现方式



战略合作

与媒体的**战略合作**，通过公关事件营销等手段，拔高品牌形象和行业影响力，跨界联合打造手机行业标杆形象，彰显品牌实力。

营销创新

寻找品牌与媒体的**契合点**，通过创新广告样式/互动体验，提升品牌关注度和品牌影响力。

扩音平台

节点音量放大。组合**多种媒体商业产品**，在特定营销阶段加大传播力度，扩大传播范围，挖掘潜在人群，提升品牌好感度与知名度。

流量收口

常规搜索投放。基于用户**精准搜索需求**，传播品牌形象与产品信息。

示例



清华经管学院 MBA 学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT TSINGHUA UNIVERSITY
用管理理论成就 用传媒改变世界

vivo新品上市搜索营销诉求再解读

品牌
知名度

+

产品
认知度

产品卖点
对话精准人
群

全网用户
跨屏营销引
爆

新品发布会
爆点营销

全媒介营销
收口创新



中原传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF ECONOMY AND BUSINESS
用管理理论成功 借传媒改变世界

目录

Contents

- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- **营销策略**
- 项目执行
- 效果评估与社会价值
- 结束语

vivo新品上市搜索营销策略分解

睿投+华表+SEM：
占领消费心智，建立第一联想



一夜成名+风云榜热点：
大音量曝光与热点聚焦跨屏配合

时效品专：
全媒介营销收口创新，一搜动心



Baidu 认证
成就互联网营销英才



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINA UNIVERSITY OF MEDIA & COMMUNICATIONS
用管理理论成功 借传媒改变世界

vivo X6新品上市推广整体规划

事件营销-做爆点

产品营销-抓痛点

预热期

引爆期

深化期

11.02-11.29

11.30

12.01

12.02

12.03-12.31

新品蓄势，卖点曝光/发布会倒计时

花式玩转发布会 新品上市全线引爆

产品深度传播

品牌华表/付费搜索：
新品预告 发布会倒计时

PC|无线时效品专：
倒计时|网络直播|产品展示，3天花式玩转发布会

PC一夜成名+无线风云榜实时热点：
跨屏全网人群捕获，新品上市关注引爆

品牌睿投/品牌华表/付费搜索：
全程贯通，上市信息实时扩散 / 传播产品利益点



Baidu 认证
成就互联网营销英才



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF CHINA
用管理理论成功 借传媒改变世界

目录

Contents

- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- 营销策略
- **项目执行**
- 效果评估与社会价值
- 结束语

vivo X6新品上市推广项目执行——跨屏上头条

PC端：一夜成名，覆盖百度站内36个优质广告位，高质量媒体环境展示，**超亿级**曝光，强制关注引爆；

MOB端：手机百度风云榜实时热点，聚焦无线端，新品上市事件引爆；

全覆盖 海量 独占 创意

实时热点

vivoX6畅快上市



中医传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CHINA UNIVERSITY OF TRADITIONAL CHINESE MEDICINE
用管理论释成功 借传媒改变世界

vivo X6新品上市推广项目执行——整合营销收口创新

贯穿发布会前后，结合倒计时、发布会直播、产品展示，PC+无线跨屏花式玩转发布会
线上线下全媒体整合营销收口的创新引爆，预热-引爆-深化，发布会事件营销再升级



时效词：vivo x6上市时间、vivo X6发布会、vivo x6发布会直播等



中南大学商学院
用管理理论成功 借传统改变世界

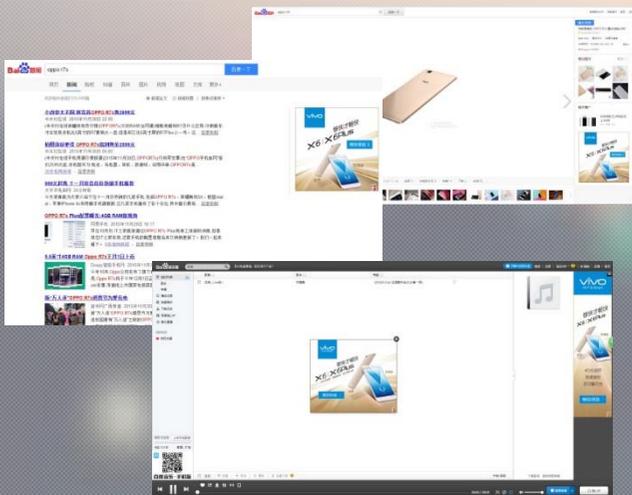
vivo X6新品上市推广项目执行——精准人群沟通

品牌睿投：精准定向vivo兴趣人群，巧妙吸引，激发搜索，提高新品知名度；

品牌华表：行业词搜索右侧独占，核心卖点定向输出，建立强关联，打造产品力；

付费搜索：PC+无线跨屏覆盖行业词等，建立消费第一联想，抢占竞品关注度；

品牌睿投



品牌华表



付费搜索



中原大学 MBA 学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, ZHONGYUAN UNIVERSITY
用管理论释成功 借传统改变世界

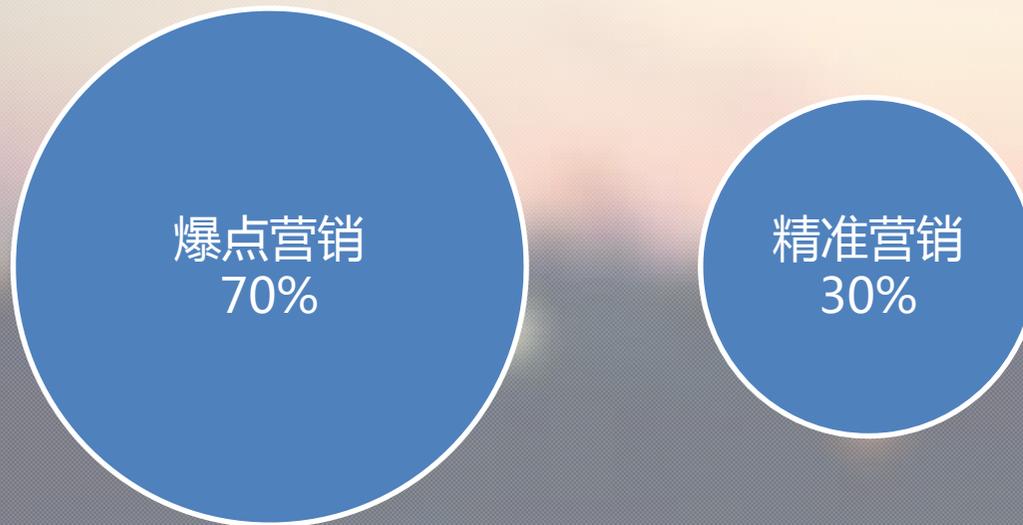
项目预算分配

分配原则

头部预算优先考虑爆点营销，在茫茫机海中实现最终突围，长尾预算考虑精准营销，进行产品卖点传播。

分配比例

项目整体预算用于发布会事件营销与产品精准营销，其中，爆点营销占比为70%，产品营销占比为30%。



目录

Contents

- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- 营销策略
- 项目执行
- 效果评估与社会价值
- 结束语

vivo X6新品上市推广项目效果——新品上市快速上榜

vivo X6畅快上市热词引爆，新品火速上榜，发布会事件营销再发酵



中医传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINA UNIVERSITY OF TRADITIONAL CHINESE MEDICINE
用管理论释成功 借传媒改变世界

vivo X6新品上市推广项目效果——新品上市关注度急速提升

本次投放获得了**超亿级**的品牌曝光
百度指数在整个活动期间攀升**近10倍**



中医传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CHINA UNIVERSITY OF TRADITIONAL CHINESE MEDICINE
用管理理论成功 借传媒改变世界

vivo X6新品上市推广项目效果——新品上市产品认知度提升

百度搜索金属手机、指纹手机、4G运存、快充手机等新品核心卖点时，右侧知心露出vivo品牌logo

百度搜索华为mate8、oppo7s、三星s6edge+、魅族pro5等新品核心竞品时，右侧知心露出vivo品牌logo



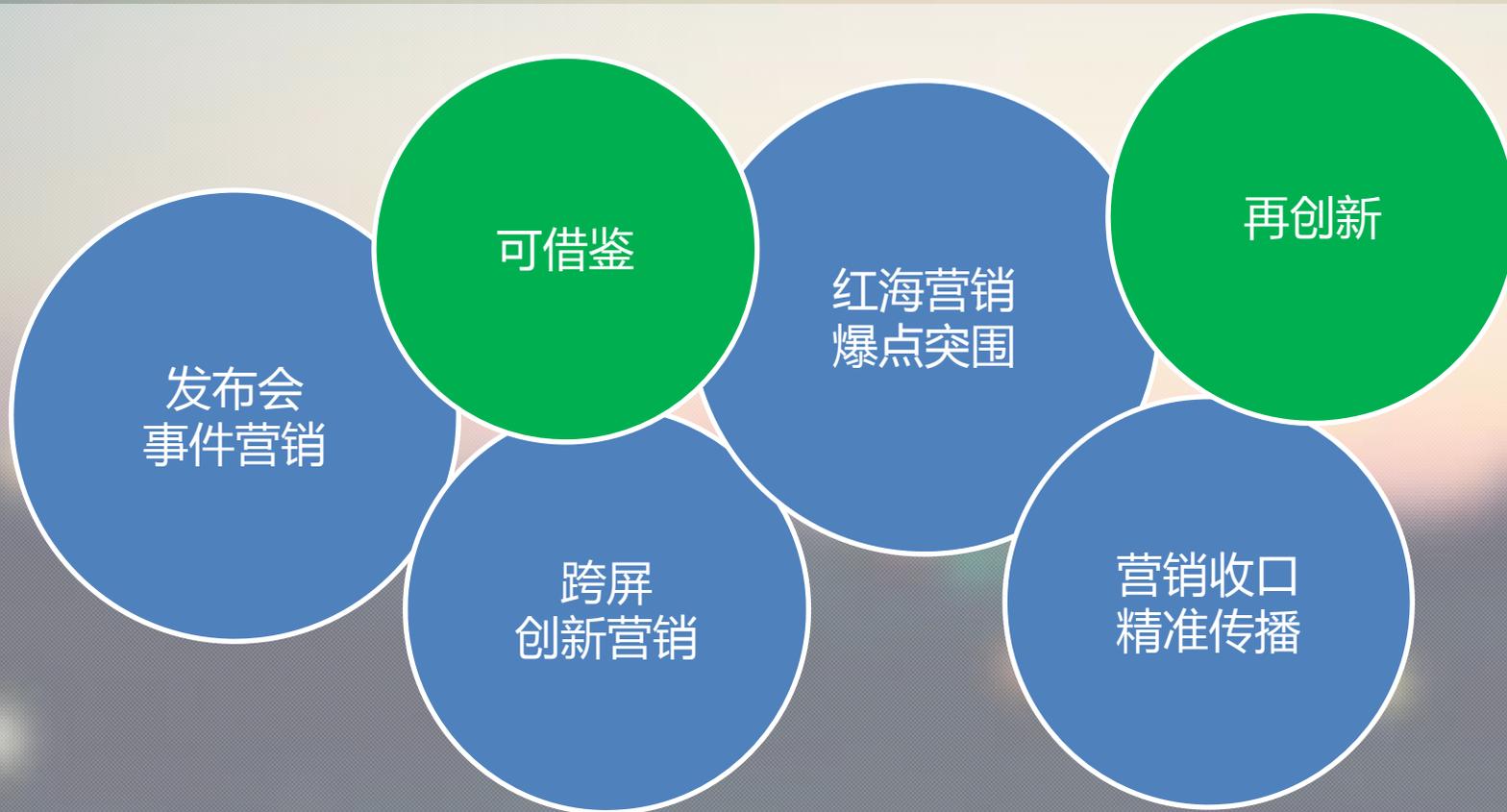
中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM
用管理理论建功 借传媒改变世界

目录

Contents

- 营销战略思考
- 项目创意洞察
- 营销策略
- 项目执行
- 效果评估与社会价值
- 结束语

结束语



Baidu 认证
成就互联网营销英才



中医传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINA UNIVERSITY OF TRADITIONAL CHINESE MEDICINE
用管理理论成功 借传媒改变世界



谢谢观看