

# 惠普战66二代满血升级京东618活动推广

- ◆ 广告主：惠普
- ◆ 所属行业：笔记本
- ◆ 执行时间：2019.05.20-06.20
- ◆ 参选类别：电商营销类

## 营销背景

➤ 电商流量趋紧，流量红利正在逐渐消失，不管是线上还是线下，获取流量的成本越来越高，如何把握当下行业变化？

平台

➤ 竞品联想、戴尔深耕笔记本市场，苹果、华硕等持续推新，以及新进入的华为、小米大规模促销活动，如何在竞争激烈的市场中保量、增量？

竞品

➤ 大促期间，用户对促销活动、利益点敏感度高，在各大品牌层出不穷的促销活动中，如何脱颖而出，赢取消费者的心，进而产生购买？

用户

## 营销目标

- 年中大促，提升产品声量的同时，促进销量提升

- 高曝光策略，全面覆盖购物前、中、后全链路营销场景

- 挖掘精准目标用户，拉取新用户，老客再次复购

## 挑战与困境

- 1、618电商年中大促，各大厂商，满天飞的促销红包、预售、定金、满减让消费者眼花缭乱，如何有效的传递活动信息？
- 2、如何线上线下联动，精准触达目标群体？

## 产品优势

- 惠普战66二代满血升级，全新设计高端模具，通过13项严苛军标认证，包括跌落测试。全新MX250独显，增强版八代处理器。

**全新设计 满血升级**

惠普战66二代  
高性能轻薄商务本

英特尔® 酷睿™  
释放你的强大

立刻购买！  
惠普战66二代采用  
英特尔® 酷睿™ i5 处理器/英特尔® 酷睿™ i7 处理器



全新设计，高端模具  
通过13项严苛军标认证，  
包括跌落测试\*

全新MX250独显  
增强版八代处理器，  
标配G4内存

指纹识别，英特尔  
高通0660安全芯片，  
支持蓝牙®

4 USB接口，双水输出接口  
有线网络接口，多功能读卡器

双散热管，更好散热，  
两年质保服务，一年意外损坏  
上门服务。

双内存插槽，支持升级不落后  
6个用户工程技术人员支持

**全新MX250独显 战66满血升级**

新一代NVIDIA MX250 2G独显，  
兼顾出色的高清图片及视频编辑性能同时更有  
身临其境的游戏影音体验。

3.5倍性能提升！



双散热管  
散热效率更高，带来更凉爽的使用体验。



**全新设计 高端模具**

- 金属机身\*  
采用高强度铝合金，强度高，更耐摔。
- 3D一体成型工艺  
C面三面边缘一体成型，无拼缝。  
触控板及指纹识别器边缘采用钻石切割工艺，展现金属光泽。



180° 开合屏幕，随意平放，  
内容分享，呈现更精彩内容。

屏幕转轴寿命测试，  
连续开合40,000次开合\*

- 专业级加固机身设计  
通过跌落、冲击等13项严格军标测试\*，从容应对各种严苛使用环境。
- 更轻薄，时尚窄边框设计。  
更加便携，薄至17.95mm\*，轻至1.6kg\*，出差通勤毫无负担。

**第八代英特尔® 酷睿™ 处理器**



全新性能增强版第八代英特尔U系列处理器i5-8265U/i7-8565U，  
睿频加速可达4.6GHz，快速应对多任务需求，  
办公娱乐均可随心所欲。

i5-8250U	3.40 GHz Max Turbo
i7-8550U	4.00 GHz Max Turbo
i5-8265U	3.90 GHz Max Turbo
i7-8365U	4.60 GHz Max Turbo

\*数据来源英特尔®

**惠普商务笔记本**  
全球连续4年（2015-2018）商务本市场份额 NO.1

**双内存插槽 支持升级不落伍**

支持用户后期随应用需求灵活升级更大内存，配置不落伍，  
最高支持32G DDR4-2400双通道高速内存，  
保护用户投资的长期价值。



**丰富接口 无需随身携带“小尾巴”**

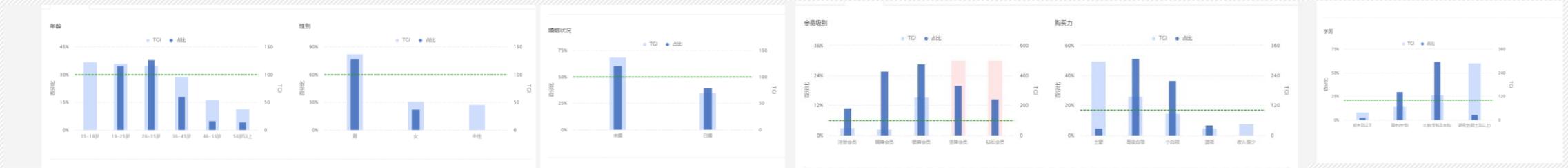
4 USB接口包括1个全功能Type-C（可为机器充电+视频输出），HDMI，  
有线网络接口及读卡器，方便灵活扩展，满足各类需求。



- 耳机 / 麦克风接口
- USB3.1接口
- USB3.1接口
- HDMI 1.4b
- SATA
- USB-C/DP视频、PD充电
- 电源
- 安全锁孔
- USB2.0接口
- 10.50读卡器

# 目标人群

## 商智用户画像



**Business Elite**  
商务精英

**Fashionista**  
潮流达人

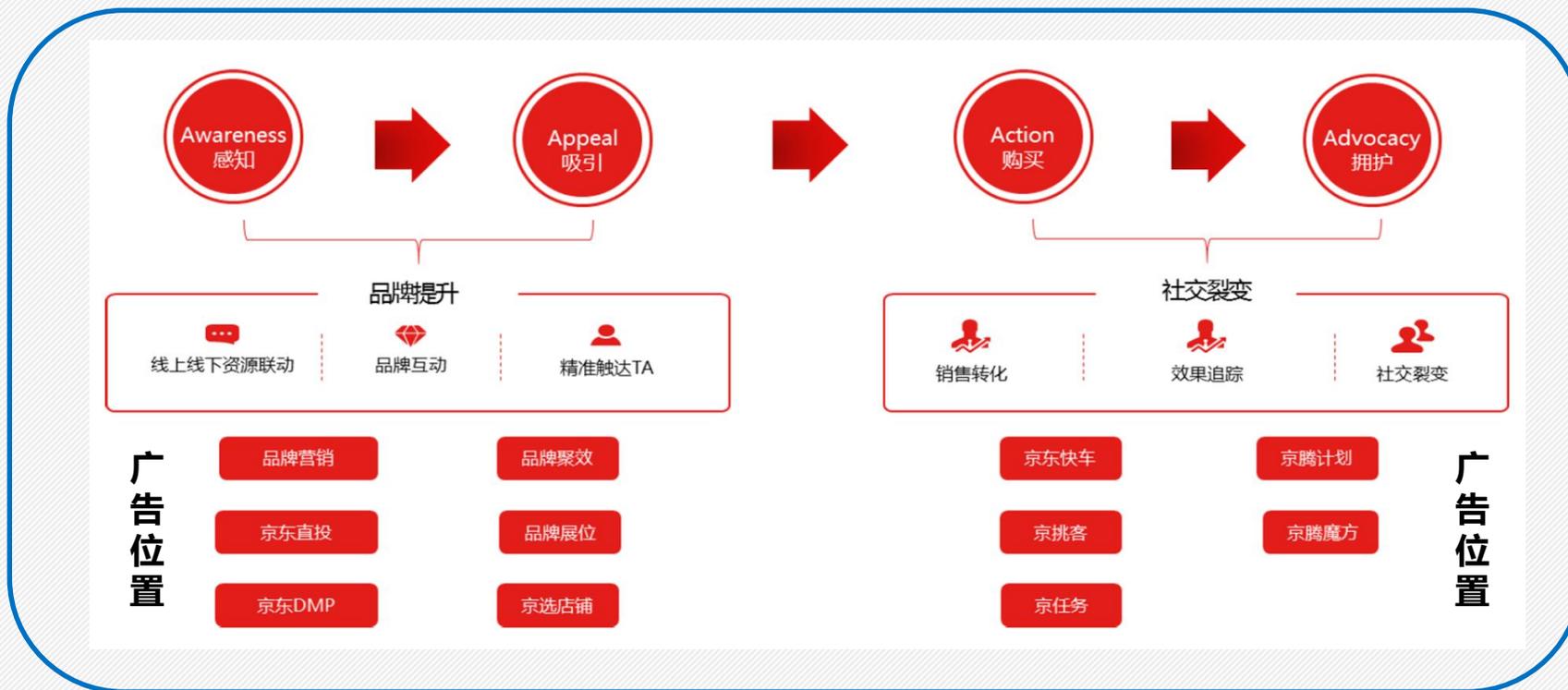
**Keep Challenges**  
勇于挑战

## 竞品分析

- 通用京东商智里的商品流量流向，锁定流入流出的竞品SKU，精准定向竞品人群，进行流量拦截



# 全域推广 站内流量收割 站外用户拉新



- 紧贴用户购物路径，在购物前、购物中、购物后不同路径进行强势曝光

## 丰富细化用户颗粒，精准挖掘人群投放

### DMP人群

根据标签和用户行为挖掘



#### ■ 京东DMP人群

**核心&意向:** 浏览/购买/加关/加购本品牌笔记本产品的用户

**竞品人群:** 浏览竞品的人群，重点短期购买行为人群，如近一周

**类目人群:** 浏览/购买笔记本电脑/电脑办公用品的人群，重点短期购买行为人群，如近一周

**再营销:** 过去30天点击过本品牌广告的人群

### 数坊人群

A1 A2 A3 A4人群挖掘应用



#### ■ 数坊人群

通过对品牌消费者资产表现、消费者资产回流、消费者资产激活和消费者资产增长策略的分析，挖掘人群包投放，A1A2A3A4 人群再营销，促进成单

### 京东云 鹊桥人群

归因分析 企业用户挖掘



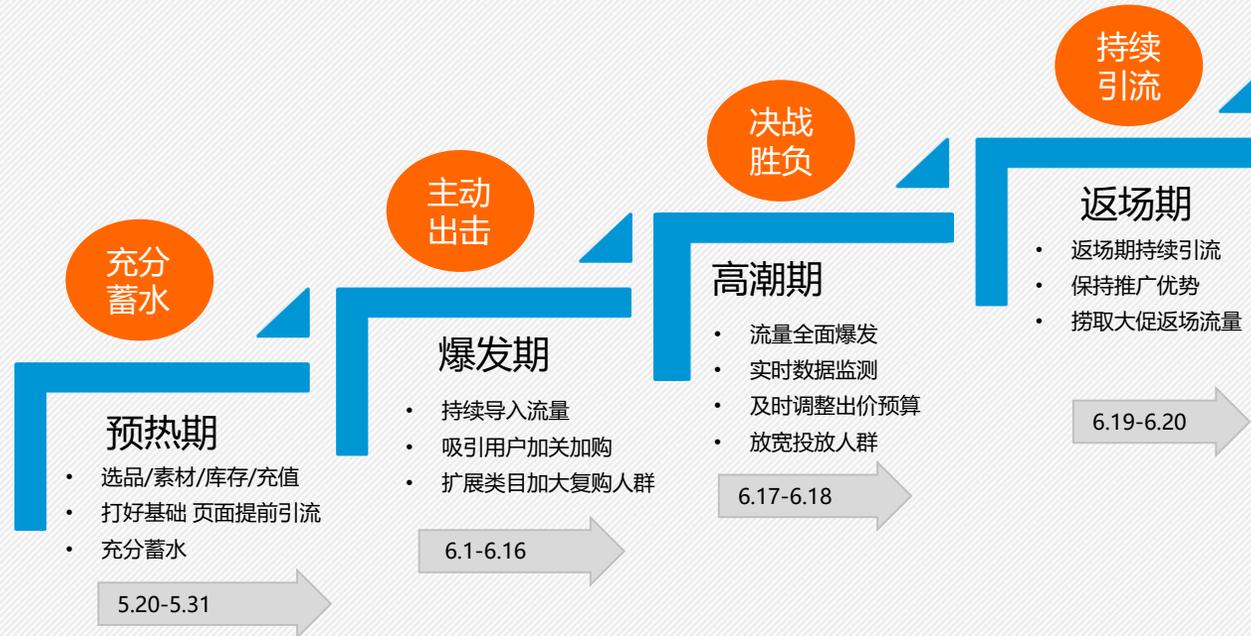
#### ■ 京东云 鹊桥人群

联合京东云部门，深度研究目标人群特征，通过归因分析，挖掘商务本和企业用户人群进行投放

## 全链路数据跟踪 打造品效合一的品牌营销



# 营销节奏 紧跟电商平台节奏 不同时期配合不同流量



- 在不同的阶段，引入不同的曝光流量，配合销售端，达成销量

## 调整优化商品详情页，简化购买路径

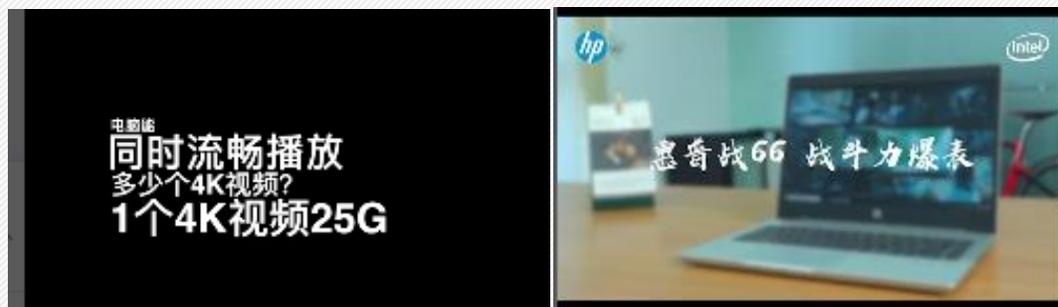


简化“购买” “加入购物车”操作

## 在抖音上投放短视频 迅速引爆全网声量

- 借势抖音流量红利优势，洞察商务人群和年轻用户群体需求，3支视频以新、奇、特 他们最感兴趣的内容做沟通

视频1 主讲流畅不卡顿



视频2 主打抗摔 抗压



视频3 主讲耐寒



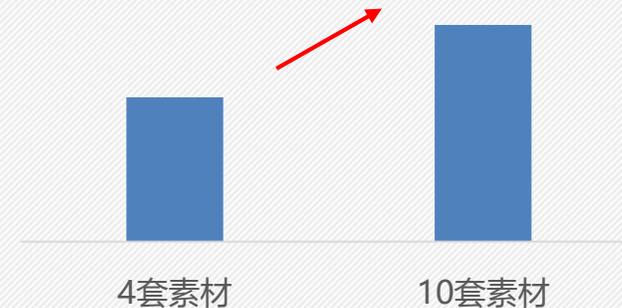
# 图片banner实时优化调整，提升点击率



## 关键点

1. 清晰的商品图
2. 商品名，以及足以支撑功能、活动的副标题或者说明
3. 具有竞争力的价格

增加素材版数提升点击

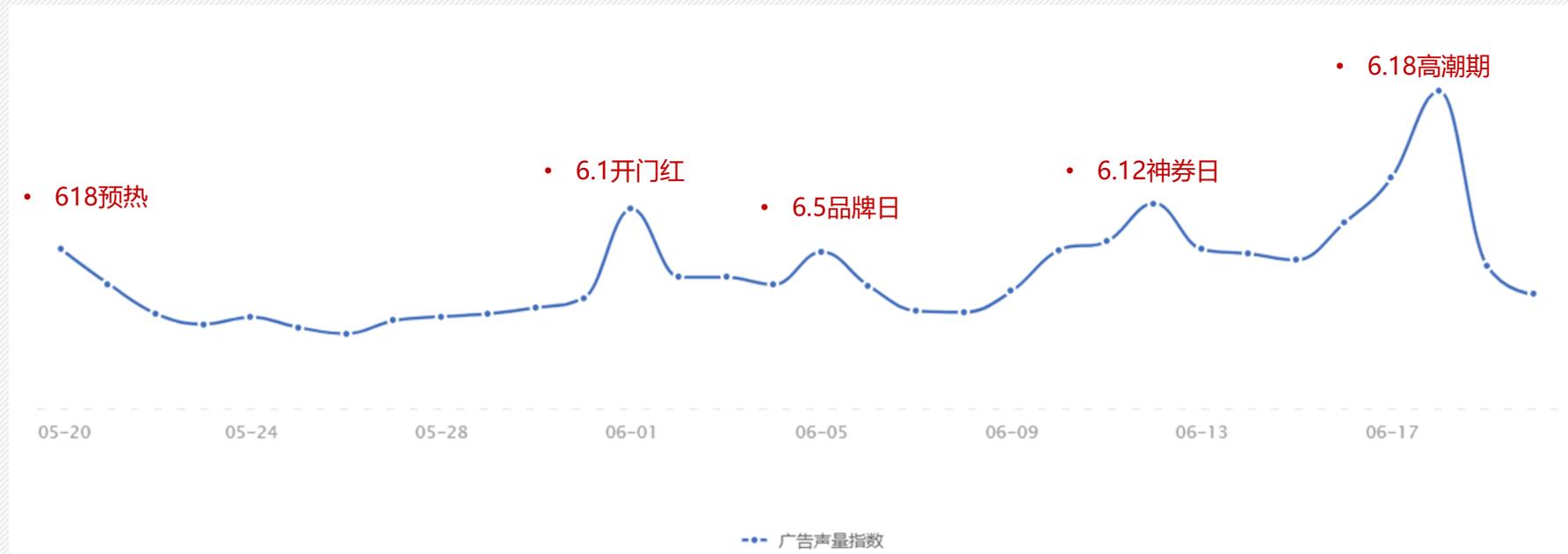


# 提前测试 —— 在每一个环节不断优化



## 活动带来持续高关注度

- 活动整体声量呈大幅上升趋势，并在京东618重大节点始终保持高声量



数据来源：京东数坊 20190520-20190620 广告声量指数

## 收获上亿声量传播效果 订单和GMV超额完成



**抖音视频：** 3支短视频创造**92万**播放量

**广告曝光：** 曝光总量达**1.2亿**，点击完成率**185%**

**销量完成：** 全部超额达成目标，订单销量达成率**145%** 销售金额达成率**152%**

- 精准投放策略+抖音社交引导，沉淀品牌资产，效果远超预期！

# 活动战报 京东618惠普笔记本成交额仅次于联想 居第二位

