

OPPOEncoFree2噪音探测器

- ◆ 品牌名称：OPPO
- ◆ 所属行业：3C行业
- ◆ 执行时间：2021.05.28-06.05
- ◆ 参选类别：移动创意作品-H5

随着高保真、立体双声道、降噪、真无线等技术的发展和应用，近两年来无线耳机的产量和产值处于高速增长势态，尤其是真无线耳机市场主动降噪产品竞争激烈。

基于千元内降噪体验最好的真无线耳机的产品定位，活动目标是通过测试噪音分贝、任务体系、互动抽奖快速实现千万级新品曝光裂变传播。同时游戏落地京东，利用站内顶级流量资源曝光及品牌自身影响力，触达潜在用户，提升店铺与新品流量。

OPPO Enco Free2的目标受众集中在18-30岁、喜好社交娱乐的富裕青年和畅想年轻娱乐的初入社会者，TA们希望能够购买一款更有品牌、功能更出色的TWS耳机。

核心策略：本次案例核心策略是利用H5互动营销玩法瞄准用户猎奇心理，结合产品定位人群，利用站内顶级流量资源曝光及品牌自身影响力，触达潜在用户，提升店铺与新品流量；站外多渠道投放，助力站内成交收割，实现新品生命周期延长。



活动主页-产品展示



活动主页-任务列表



点击跳转到噪音探测游戏



游戏主页-噪音分贝/优惠券/京豆奖励等

Step1：前期与品牌方确定需求与活动创意形式，制作互动游戏，活动上线。

Step2：活动上线后，京东站内提供高粘性高活跃互动种子流量+精准流量，站外利用京东直投，结合广点通大面积曝光，利用开屏广告、朋友圈等资源位，占领用户心智，强化新品认知。

Step3：活动收尾，游戏排行榜白热化，最后颁发大奖，刺激用户参与。

受众参与互动的营销场景：从产品“降噪”“丹拿联合调音”特点切入，让用户在互动游戏中体验产品特性、噪音探测活动随着用户所处环境，检测的噪音分贝也随之改变，通过任务组件+噪音分贝测试隐藏玩法，辅助以丰厚的奖励刺激，实现品牌破圈心智渗透。

通过互动玩法的定制辅助加以京站点内外头部广告流量扶持，实现广告与用户互动的互补，引爆新品宣传。

活动uv**670.4万**，活动pv**1557.9万**，点击人数**660.5万**，点击次数**2772.7万**

为新品耳机单品引流**508.3万**。

活动上线10天，分贝**测试人数已达60万+**，新品耳机**销售破百万单**，实现品效合一，获得品牌客户的一片好评。