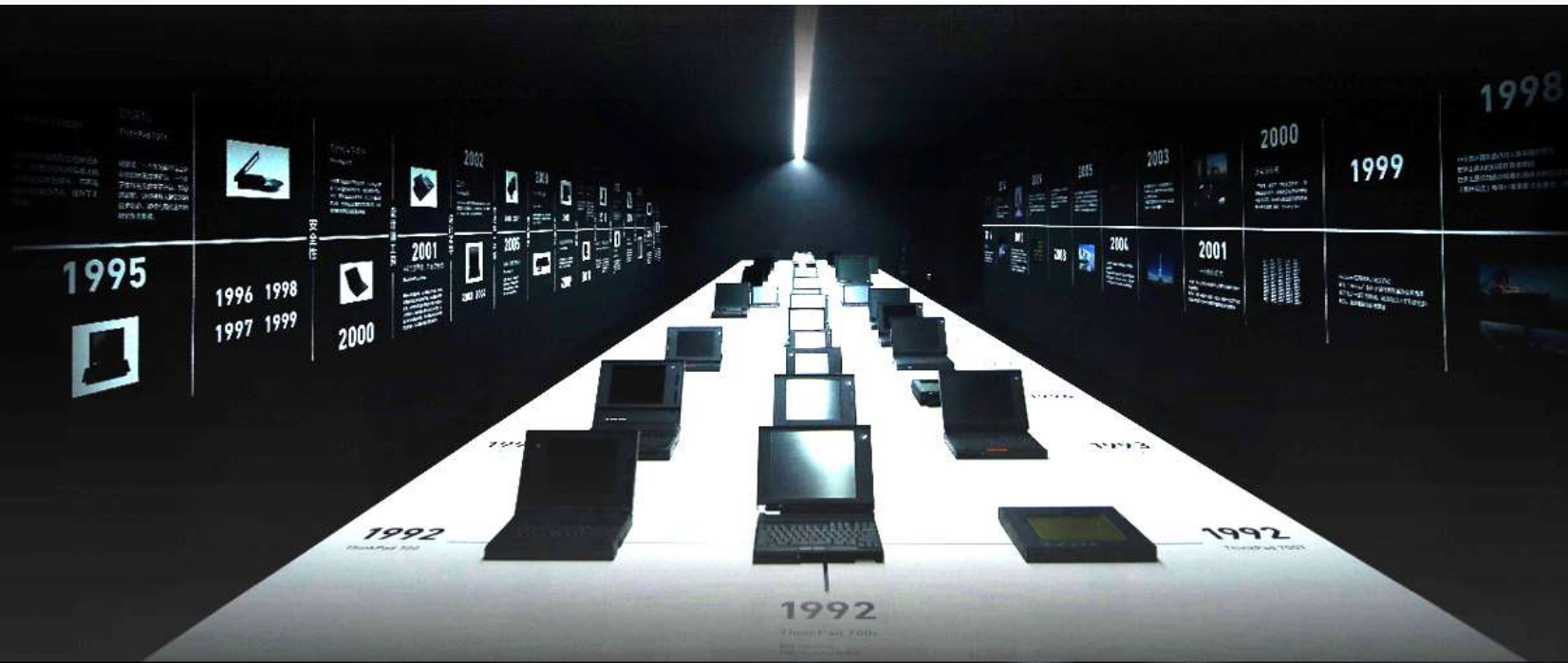


联想ThinkPad X280 [共读] 营销

- ◆ 广告主: 联想ThinkPad
- ◆ 所属行业: 3C数码
- ◆ 执行时间: 2018.08.01-08.14
- ◆ 参选类别: 内容营销类

ThinkPad 是具有26年历史的高端商务PC品牌，思考新一代商务人士的真正需求，在领先技术、专业设计和严谨品质DNA的基础上不断变化，为提升工作效率打造更可靠生产力工具。



2018, ThinkPad X280 新品上市, 是商旅人士移动办公的便携利器, 也是提升效率的必备装备

轻薄/便利

- A4纸相仿尺寸
- 薄如碳水笔
- 轻至1.3kg
- 丰富接口

快充/续航

- 1小时快充80%
- 5-8小时续航

私密/安全

- 摄像头黑阈
- 指纹识别

商旅人士



1. 告知新品上市信息，增加产品曝光

2. 锁定商旅人群需求，宣传产品卖点

3. 通过互动提升用户对于产品认知与好感

4. 吸引用户关注，帮助引流销售

商旅人士长期处于压力与焦虑之中



信息处理压力

高效处理工作与生活中的各种信息，
以便捷的工具与科学的阅读方法更轻松

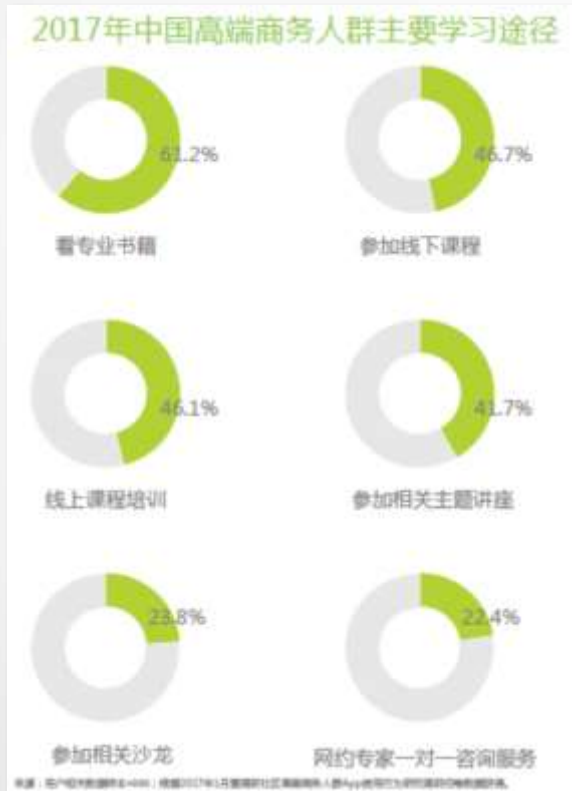
自我提升压力

职场更新速度极快，商旅人群走在前端，
更期望不断保持自我提升

排解焦虑需求

独立思考，深度阅读
是最好的解决当下职场焦虑的办法之一

商旅人士自我提升需求大，希望高效学习工作，热爱阅读，乐于接受课程培训



自我提升的途径

60%+
书籍

46%+
课程

他们热爱阅读...

他们乐于接受课程培训...

他们希望获得更高效的学习生活方式...

内容营销 & 场景营销



内容营销

高空阅读课程
内容引发兴趣

①

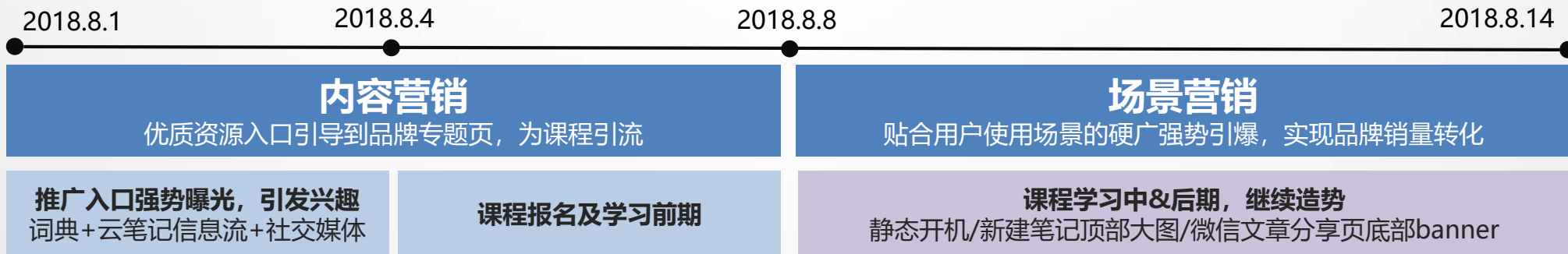
场景营销

贴合商旅场景
硬广引爆品牌

②

内容+场景营销，吸引关注，帮助引流

ThinkPad X 有道



内容营销

①

在每一次高空中思考

深度洞察商旅人士高效阅读需求

结合自有优质内容IP **有道共读**

推出ThinkPad注册独享福利——有道云笔记独家阅读方法课程
帮助商旅用户利用飞行时间深度阅读，独立思考
掌握更高效的阅读与思考方法，有效实现自我提升

Lenovo

X280

ThinkPad有道共读专场课程——活动简介:

有道共读是有道云笔记全新在线阅读训练营，通过7S阅读法，帮助用户重塑阅读习惯，感受深度阅读之美。

本次为有道共读首次与品牌联合打造活动，希望通过双方共同推广互动，实现“独立思考”与“深度阅读”双方品牌理念的延伸，同时双方贡献优质资源回馈用户，最终实现全场用户ThinkPad砍价至9.9元，前1000名注册用户免费享受，另有ThinkPad注册好礼相送，全程深度鼓励，正品周边送给真正有思考的人，鼓励独立思考，深度阅读。



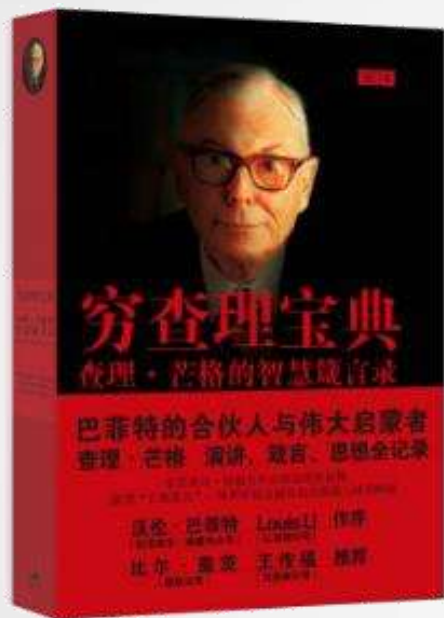
7S阅读法	名称	阶段	方法	行为与效果
S1	提问	快速阅读	自我梳理	调整阅读的心态，明确阅读的目的
S2	速览		关键词法	快速了解文本内容，为深度阅读打下基础
S3	融合	深度阅读	摘录法	应用摘录法，帮助理解文本
S4	重构		复述法	用自己的语言，复述文本的内容
S5	回忆		提问法	通过提问，回忆习得的知识
S6	延伸	书为我用	横向/纵向拓展	寻找相关阅读资料，拓展知识的广度和深度
S7	交流		笔记法	提出疑问，解答作者在文中未解决的问题 结合自身情况，把知识变成行动指南 分享观点，在与他人的碰撞中获得新的思路

7S阅读法

有道共读独家阅读方法

7天7步，

集合社群之力带领用户一同完成全部课程学习，
督促用户感受深度高效的阅读方法，
学习全新的思考方式，
作有效的阅读、有效的思考、有效的提升，
让阅读更高效，体会深度阅读之美。



内容简介

本书为巴菲特合伙人——查理·芒格过去20年主要的公开演讲，**是投资者与管理者的必读书目之一**，从中可以感受到独特的决策思维。

1. 综合评价高，常年推荐书目：

本书豆瓣评分**9.0分**，常年占据金融投资类推荐书目榜单**TOP10**，**巴菲特**最推荐的十本书之一，著名天使投资人**李笑来**，著名主持人**马东**都曾力荐过本书，常年好评，影响力深远。

2. 金融投资题材备受关注：

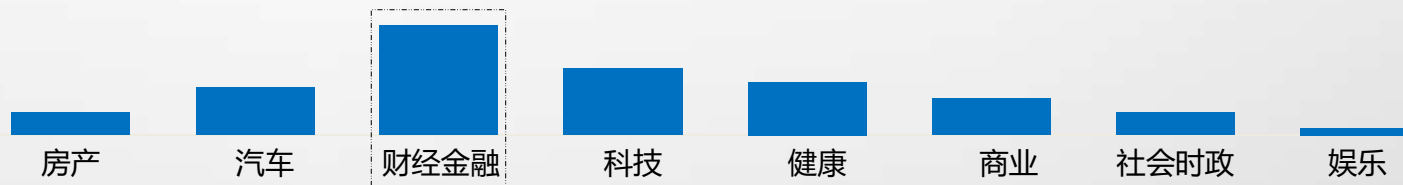
职场人对投资理财的重视毋庸置疑，调查显示**95.5%**以上的职场人在进行理财，**三成以上**白领将收入的一半以上进行投资理财，**六成以上**常年关注相关信息。

3. ThinkPad核心用户——精英人群更爱金融投资类别内容

有道云笔记收藏榜单板块显示，**理财类排行榜最受用户关注和认可**，同时**二次转发与收藏比例更高**。ThinkPad 核心用户——精英人士热衷自我学习与提升，金融内容为最受关注的板块之一。

推荐理由

精英人群感兴趣内容主题分布



站内活动优质资源推广，促进活动曝光，吸引用户参与



有道词典-动态信息流



云笔记"我的"频道-第一条图文



云笔记-信息流第三条小图

活动流程

广告位



活动专题页



① 进入联想商城

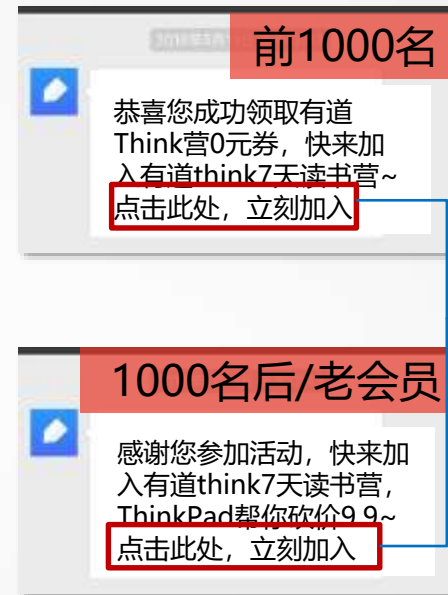


注册成功后页面

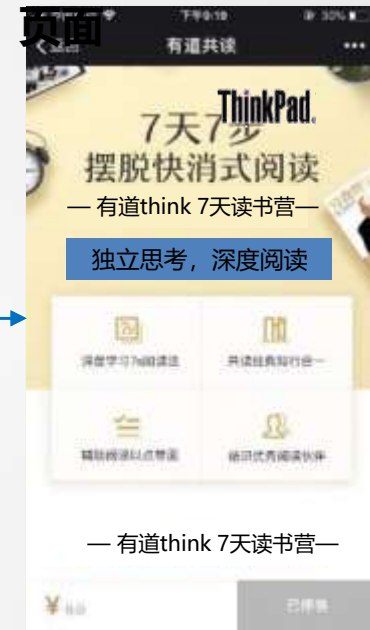


用户注册后导入联想系统, 同步完成

进入有道共读公众号页面



② 进入有道 ThinkPad 读书营



③ 分享至朋友圈



场景 营销

②



**场景沟通，
贴合商旅人士移动办公需求。**

遵循用户媒体逻辑，符合用户使用习惯，强触达ThinkPad用户。

100%流量覆盖当日
打开云笔记的所有商旅人士



开机画面

云笔记核心功能
切合商务人士办公场景



新建笔记-顶部大图广告

借文件分享的裂变扩散
覆盖社交平台上更多的商务人士



微信文章分享页面-底部banner

投放 效果



内容营销：硬广曝光+双微分享+二次传播+课程结业+优质笔记

场景营销：贴合使用场景硬广曝光

营销亮点+投放总结

满足用户高效应对工作需要，强势引爆市场

优质硬广资源为共读项目强势引流，为课程多维造势，引发商旅人群注意，超额完成预估注册量

7天7步阅读课专题页推广入口



总注册人数完成预估的**127.31%**

品牌专题页



官方专业账号发声支持，进一步扩大影响力

此次项目成功触达商旅人群，借助云笔记官方微信公众号及微博的影响力，为ThinkPad品牌树立良好口碑

微博 + 微信平台内容营销，成功触达商旅人群

有道云笔记微信推送



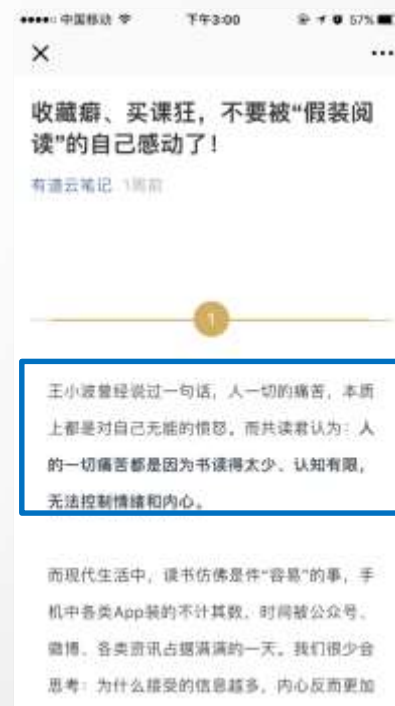
有道云笔记微博



有道云笔记微博



微信公众号文章首页



微信公众号文章尾页



用户自发二次传播，再次引爆social平台

优质课程专题内容广受好评，在微信平台引发强烈关注并获得网友互动点赞，吸引用户自主转发引爆二次传播，再次为品牌扩大声量

优质内容引发用户对于深度阅读的兴趣



在微信平台引发大量关注，自主传播



7天7步独家阅读课程，帮助TA提升效率

7天课程学习，帮助用户提升阅读效率、提升自我，使ThinkPad X280是高效办公的便携工具的卖点深入人心

群内运营及导读



结业证书

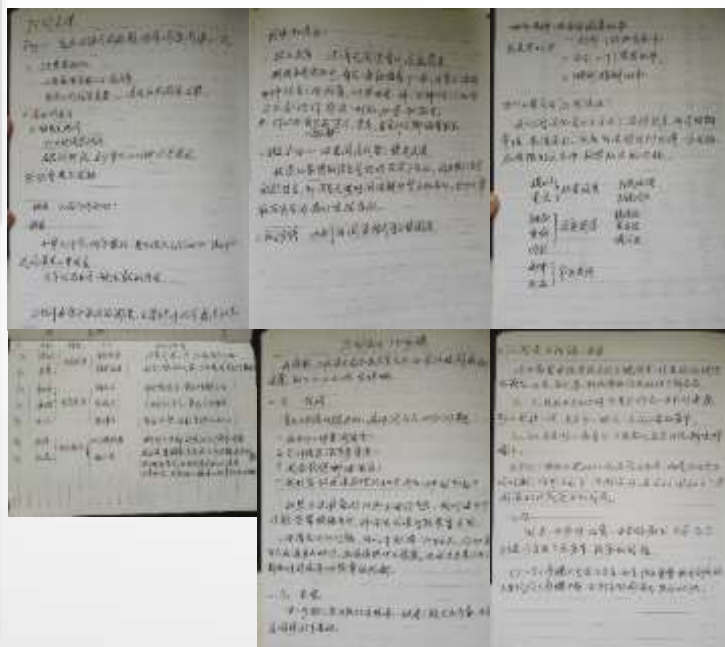
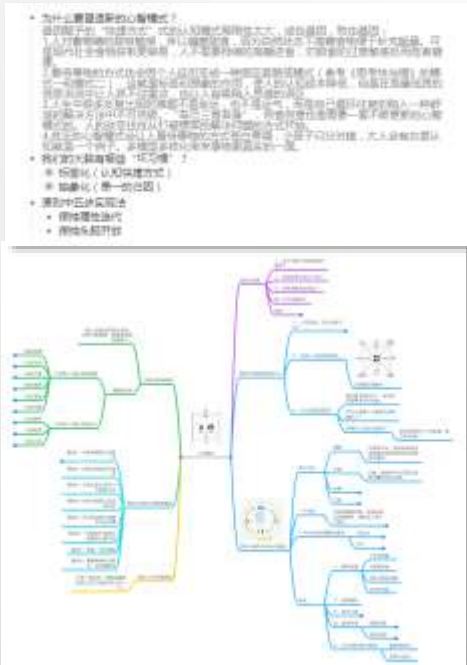


优质内容产出，持续提升品牌好感度

用户以最优的状态参与学习，内化吸收科学学习方法，优秀笔记用户赠送ThinkPad书包，有效提升了品牌好感度

三篇优秀笔记示例

读书模式的心得&思维导图&手抄笔记等多种形式读书笔记，总结课程要点及学习方法，有效提升学习效率



赠出ThinkPad书包65个



优质硬广资源高效导流至官网

云笔记优势资源遵循用户媒体逻辑，符合用户使用习惯，强触达ThinkPad用户，为品牌造势，实现品牌销量转化

有道云笔记

静态开机画面



新建笔记-顶部大图广告



微信文章分享页面-底部banner

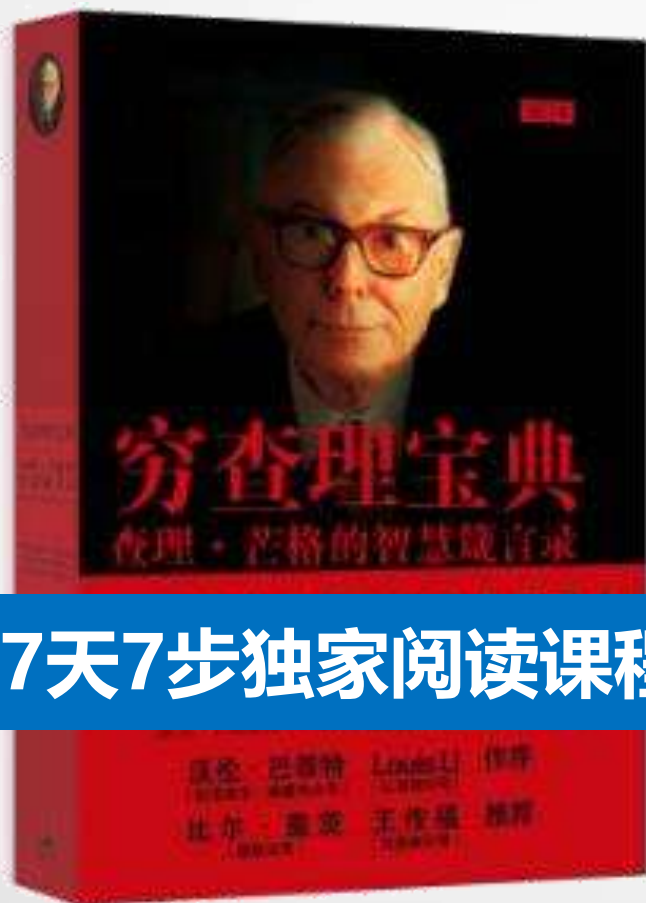


有道云笔记优质硬广资源

静态开机资源，100%流量覆盖当日打开云笔记的所有商旅人士；

新建笔记页，云笔记核心功能，切合商务人士办公场景

微信文章分享页的裂变扩散，覆盖社交平台上更多的商务人士；



7天7步独家阅读课程

独家阅读方法

7S阅读法，让阅读更高效

最优书籍内容

金融投资必读书目，符合精英人群兴趣

洞察用户行为

洞察用户使用习惯，选择最优推广入口

课程学习转化

多个入口强势导流注册页面，产出优质笔记

整体传播效果

此次传播超额完成预期目标，自8月1日起，至8月14日结束

通过优质推广入口引发曝光，告知新品上市信息，**强势导流课程**，吸引用户自主参与课程

尤其在微信平台台形成了大量的转发讨论，深度影响了目标用户，大幅度提升了品牌的好感度

有效提升了注册量，所有点位曝光点击均优于预估，KPI超额完成

在品牌传播中后期通过**贴合用户使用习惯**的硬广资源成功吸引商旅用户关注，帮助引流销售

108.18%

曝光量完成率

内容营销+场景营销

113.72%

点击量完成率

有效触达人群

127.3%

注册量完成率

高注册量

谢 谢