

荣耀V10 线下体验应用

- ◆ **广告主**：荣耀
- ◆ **所属行业**：电子产品及移动互联网
- ◆ **执行时间**：2017.09.28-12.05
- ◆ **参选类别**：互动体验类

背景：

荣耀V10是2017年11月28日在北京发布的荣耀全面屏旗舰产品。搭载麒麟970人工智能芯片，是新一代的性能怪兽。

初衷：

荣耀V10是一款主打AI性能的旗舰手机，我们希望在体验产品时更好的表现其突破性的AI智能。

增强AI的印象 加强用户的体验感



目标

荣耀V10主打AI性能，交互体验尽可能的展现其智能化的特点，体现科技感，突出展示卖点，让用户能够更全面更直观更简洁地实现沉浸式体验。

加深用户对荣耀品牌的认知

提高荣耀V10产品成交率

避免荣耀V10于其他产品的同质化竞争

最终**实现品牌价值的提升**

挑战和困境

产品：产品特性不易被感知。

用户：用户有更强的自发性体验的意愿。

环境：市场产品同质化现象严重。

洞察

荣耀用户年龄集中度最高的区间是20-29岁，30岁以下的年轻用户占比达到了六成以上，其中男性占比较高。

这得益于价格优势和更为卓越的性能优势

策略、技术、诉求方式

核心策略： AI的交互体验

技 术： 三维渲染+后期动效+安卓技术

诉求方式： 用有趣的方式体验产品的各种功能，展示AI在整个产品各方面的运用。

我们通过以AI互动形式的营销应用完成了品牌的营销目的。

案例亮点

最大亮点在于用户和AI互动的效果

采用AI机器人的样式，点击首页模块机器人会帮你打开对应卖点，减少了交互层级，卖点上也都将产品体验和高端科技相契合。整个效果增强了用户体验感，也表现出产品的科技感调性。

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<https://v.qq.com/x/page/s0720tdw6bg.html>



#首页交互设计#

策略与创意的实施过程:

1. 通过调研和策略找到符合高端科技的参考图及交互形式
2. 设计师考虑品牌及产品风格将其运用
3. 三维及后期将机器人及更多科技效果建模及渲染
4. 安卓开发人员将设计和三维后期内容结合并编程
5. 测试体验效果、灵敏性，优化整体体验
6. 运用于线下体验场景

本项目为线下体验应用，荣耀V10的发布本身自带流量，为应用成功的起到推广作用做了铺垫。在应用推广之初，荣耀微博、微信、官网等相关平台同步追踪应用推广效果与反馈，为应用的推广进一步造势。同时线下体验店作为应用最直接的媒介，是应用推广与体验的平台。





#荣耀体验店场景#

荣耀V10的方案完美的契合了产品希望表现的风格调性，线下机器人画面很吸引人眼球去互动体验，整体使用流畅有趣让人心动不已。荣耀及卖场的店面都内置体验应用，也增加了用户逛店的停留时间。

这次产品的传播效果超出客户预期