



孙琦 B612咔叽 副总裁

孙琦于2017年1月加入B612咔叽，从零组建B612咔叽中国团队，负责B612咔叽的市场及运营工作，带领团队在产品上线5个月便登顶苹果AppStore中国区总榜第一的位置，通过对年轻人市场的深入挖掘及引导，使B612咔叽成为了时下年轻人群体里最炙手可热的相机产品。在加入B612咔叽之前，孙琦曾担任图片社交软件nice的合伙人。香港大学传播学硕士。不服老的爱拍照的轻微的中二病。

主题：营销——让咔叽影响年轻人



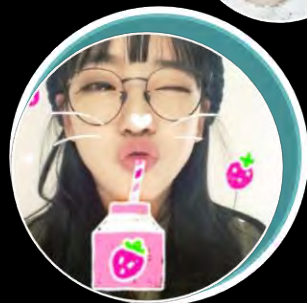
营销-让咔叽影响年轻人

B612 咔叽

副总裁 孙琦



搞怪卖萌 明星同款



人脸识别动态贴纸



美颜手动调节



定制GIF表情包

多格自拍



全球用户达到 150,000,000

中国区每天产生出 60,000,000 次拍摄动作



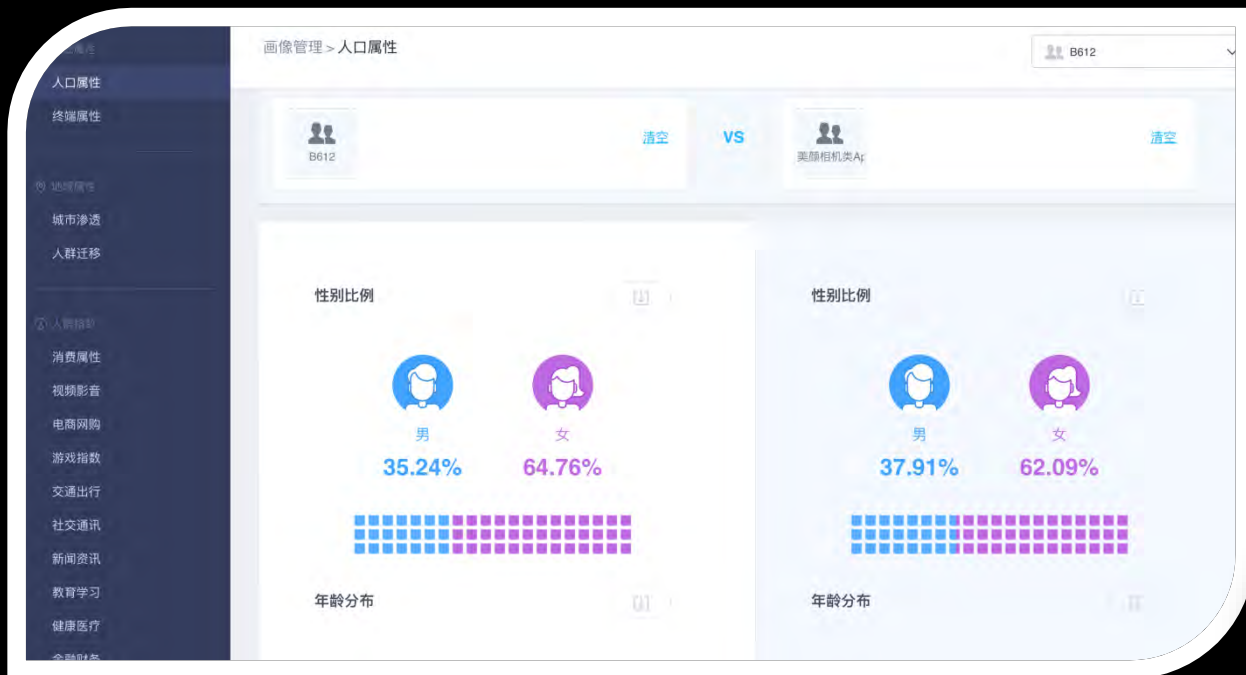


渠道

IOS			安卓		
App Store	DSP	Hero app	应用商店	DSP	Hero app
ASO	广点通	今日头条	首发	广点通	
热搜榜	粉丝通	陌陌	活动	粉丝通	
专题推荐	Google admob		CPD	百度	

品牌

公关	Social	节目植入	户外广告
To B	微博	电视剧	楼宇
To C	微信	网剧	地铁
	美拍	网综	公交
	B站		



B612咔叽的用户群年龄更小

B612咔叽在男性用户群体里有较大的推广空间





B612咔叽的用户更喜欢音乐

B612咔叽的用户更在意照片质量



设备价格



- 2000-3999
- 1000-1999
- 500-999
- 1-499
- 4000及以上

设备价格

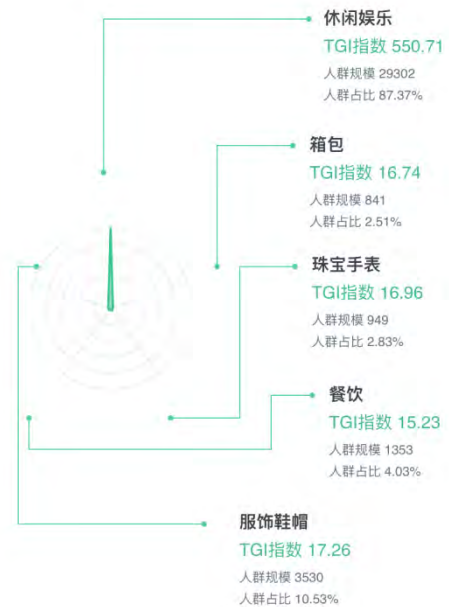


- 2000-3999
- 1000-1999
- 500-999
- 1-499
- 4000及以上

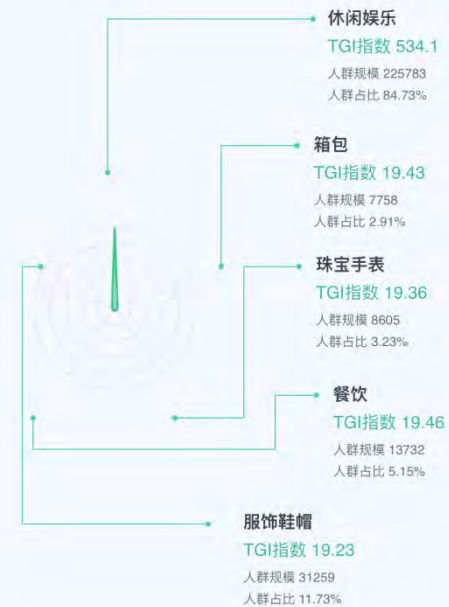
咋叽的用户更喜欢玩乐

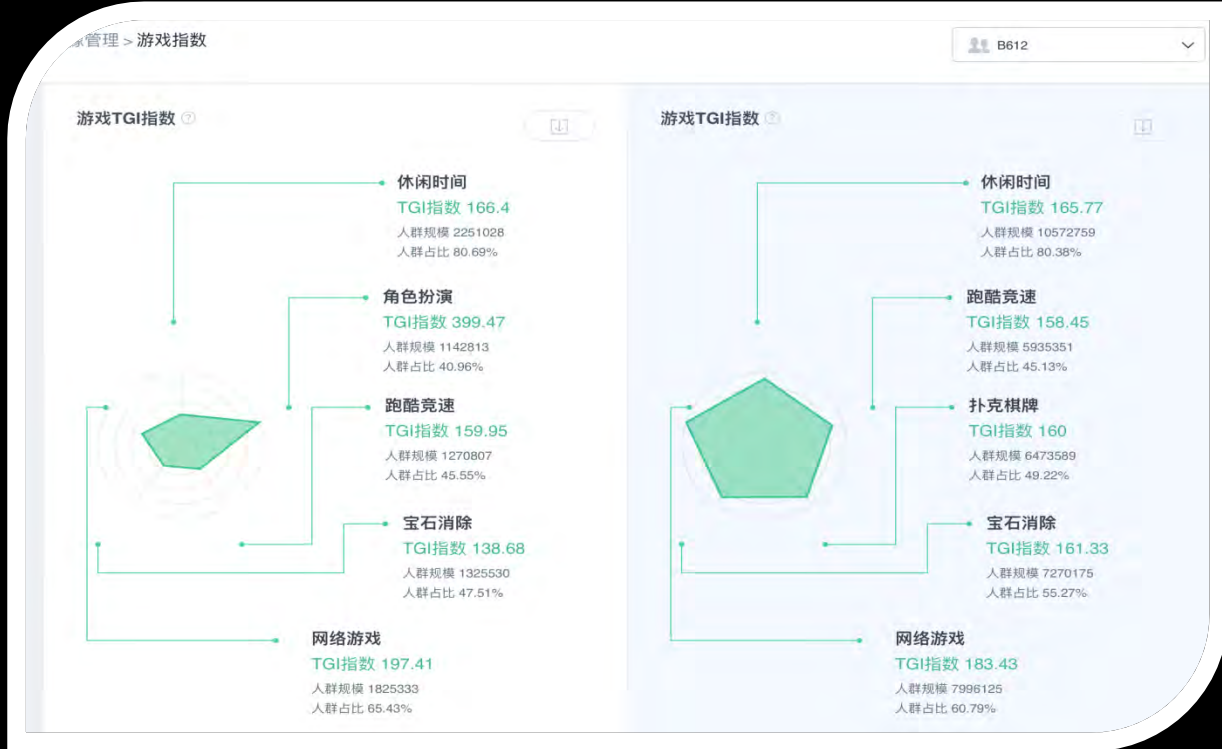
咋叽的用户有点“小钱”

消费TGI指数



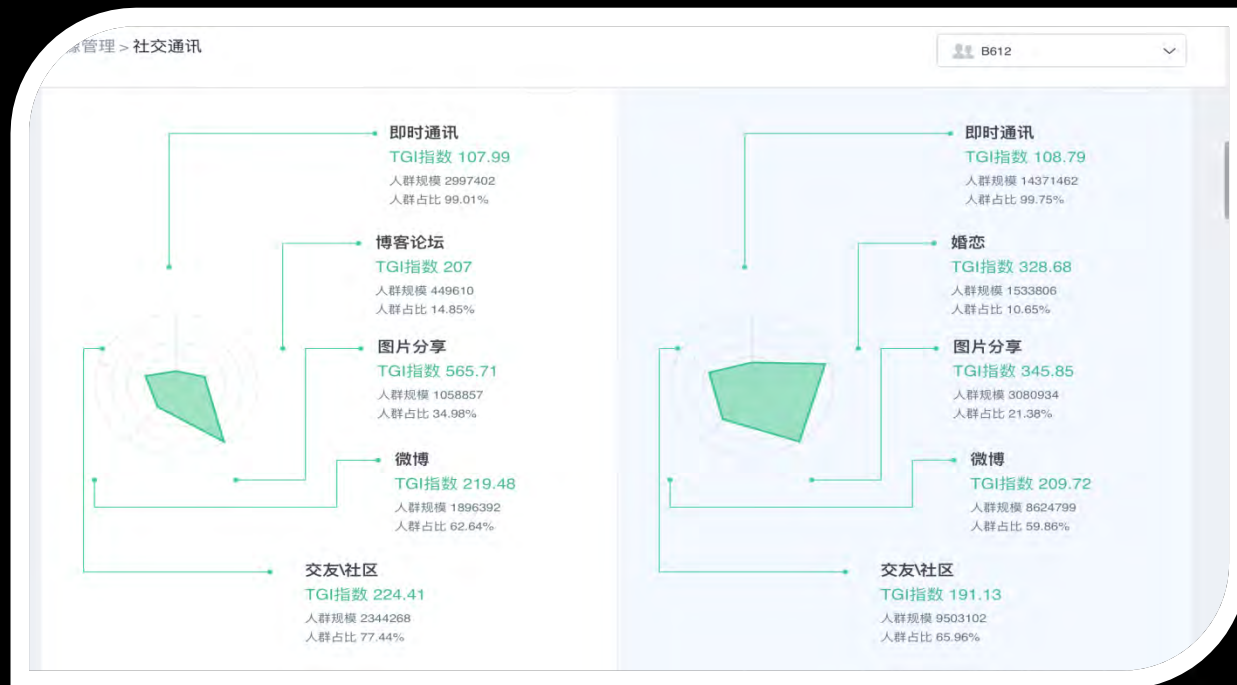
消费TGI指数





B612咔叽的用户更喜欢在社交媒体里分享自己

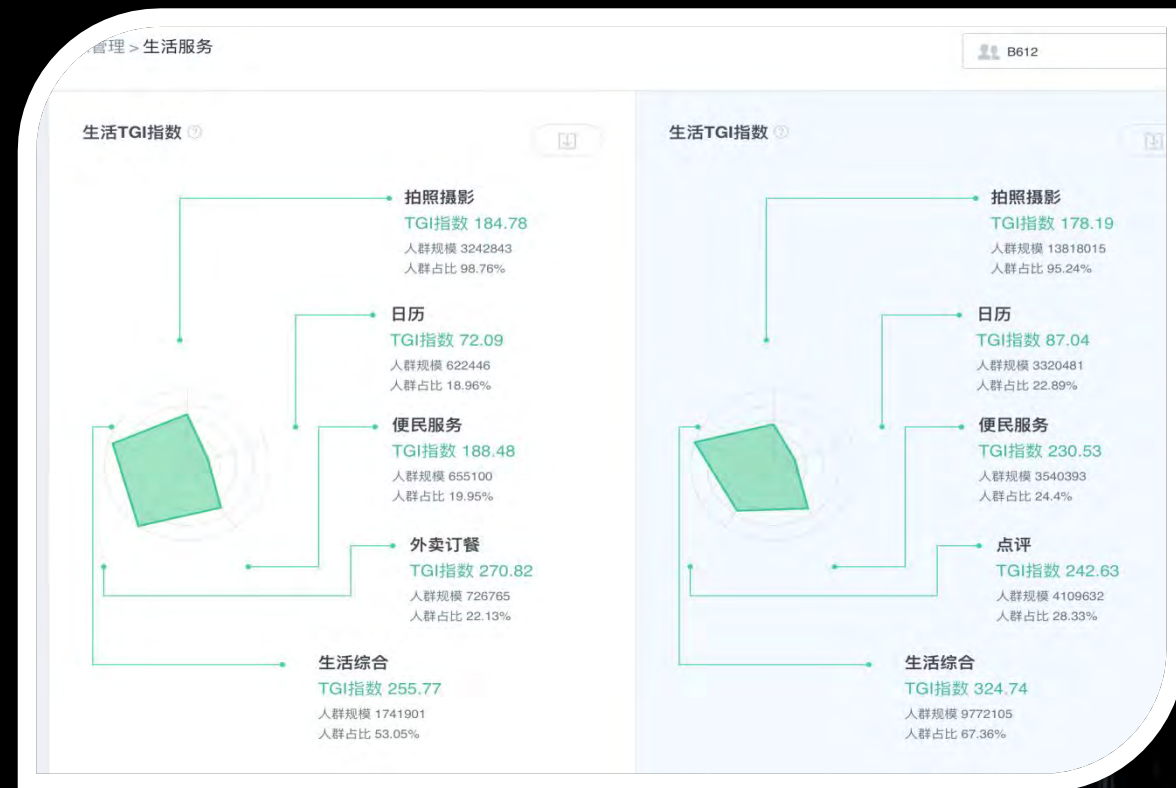
B612咔叽的用户爱玩角色扮演





B612咔叽的用户注意力没那么集中

B612咔叽的用户更懒一点





关系链

将各个渠道上能够以“关系”为轴心产生交互可能性的资源进行整合



产生交叉内容



谈资不只是PR稿和事件营销，而是年轻人见面的时候会聊起你

PR真正要做的事情不是公布信息，而是获得认同感

获得“认同”，让用户觉得“这就是我想要的”

谈资

用户语言+形式引导+高度暗示

用户的自传播





口碑

让每一个用户 向他周围的朋友推荐你



口碑





一起来咔叽咔叽吧

 App Store |  Android

