

# une STRATÉGIE Presque PARFAITE...



# LA MARQUE



Nom **Huawei Technologies**

Fondateur **Ren Zhengfei**

Pays **Chine**

Date de création **1987**

Secteurs d'activité

**Infrastructures téléphoniques, smartphones**

1987 **Fondation par Ren Zhengfei**

1997

**Premier contrat à l'étranger pour Huawei**

2009

**Huawei lance ses premiers smartphones Android**

2010

**Huawei devient le deuxième fournisseur mondial d'infrastructure réseau**

2012

**Avec sa filiale HiSilicon, Huawei lance ses premiers processeurs**

2015

**Huawei devient le troisième constructeur de téléphones mondial**

LA CIBLE



FIFA WORLD CUP  
**RUSSIA 2018**

# LES OBJECTIFS

Objectif principal : Dépasser Samsung & Apple d'ici 2 à 3 ans

Objectifs de la publicité :

- Gagner en notoriété en Europe
- Susciter envie d'acheter
- Viser un public plus large

# LE TERRITOIRE DE COMMUNICATION

## Composantes d'identification:

Huawei : 2 symboles chinois :

- Fleur Rouge : Logo de l'entreprise
- Réussite & travail accompli

## Valeur de la marque:

**Valeur principale** : Orientation client

**Valeur secondaire** : Qui travaille plus gagne plus

**Valeur tertiaire** : la persévérance, la combativité et le dévouement

## Style & tons des campagnes:

- Humour
- Conscience

# STRATEGIE MEDIAS / HORS MEDIAS

- Communication dans la presse, à la télévision et surtout importance du marketing digital.
- Réseaux sociaux très prisés → partage des photos des clients sur Instagram.
- Partenariats prestigieux → avec Leica, géant de la photographie.
- Recours à des leaders d'opinion → Scarlett Johansson, Lionel Messi ou encore Antoine Griezmann.
- **Campagne en 2 temps pour la Coupe du Monde avec Antoine Griezmann !**

# BILLBOARDS



**HUAWEI P20 Pro**  
CONÇU AVEC



**Triple caméra. Zoom hybride x5.**  
Soyez au plus près de l'action.

DAS: 0,73W/kg

Le DAS (débit d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux

- Films courts de quelques secondes en partenariats avec TF1 diffusés pendant toute la compétition et pendant l'émission Téléfoot
- Antoine Griezmann au second plan → téléphone P20 Pro en vedette
- Campagne avec un ton très humoristique



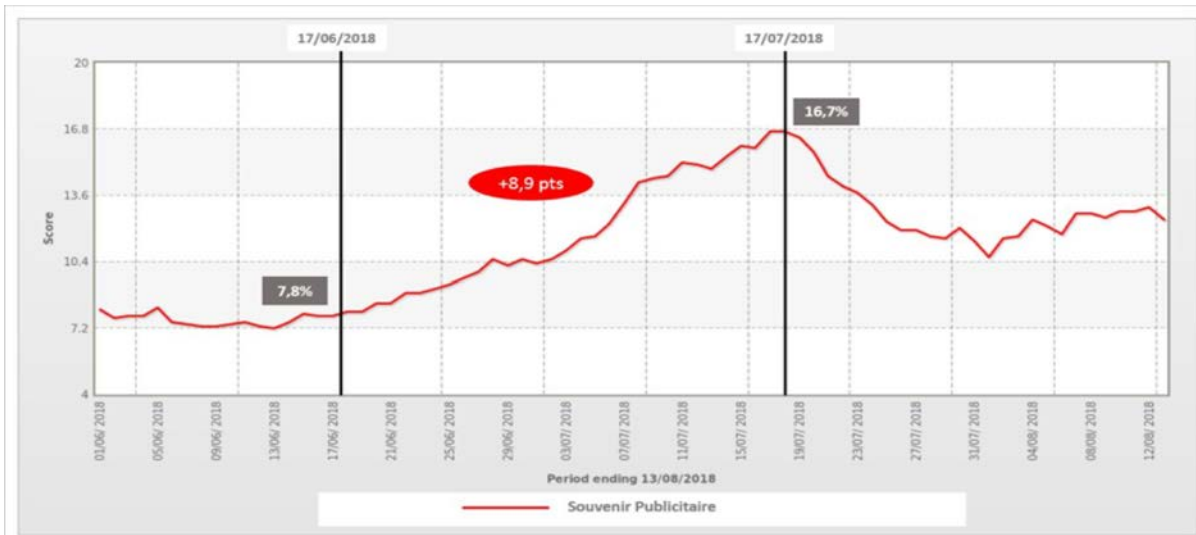
# PUBLICITÉ



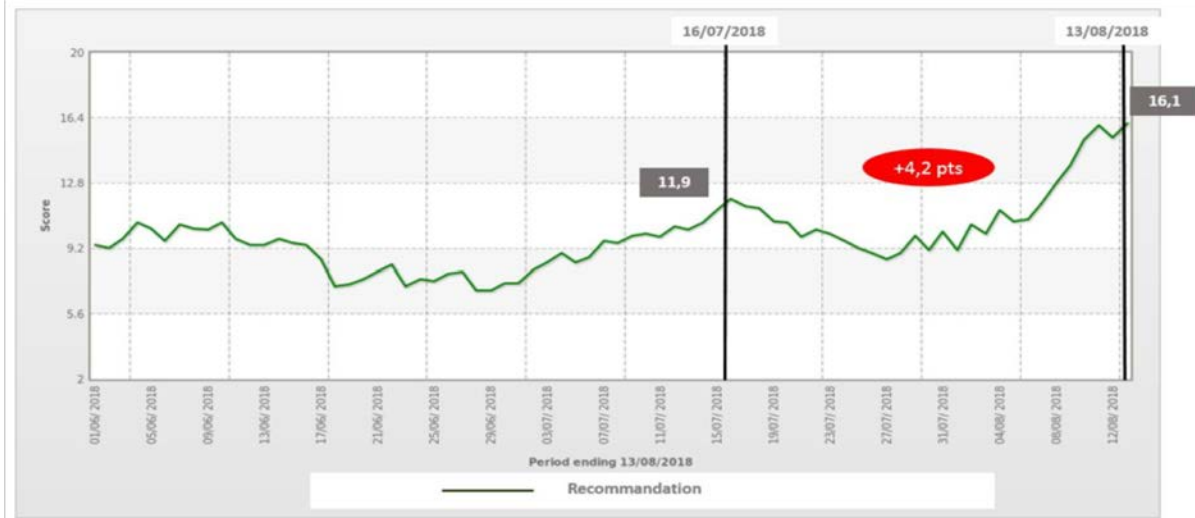
- Publicité diffusée uniquement sur Youtube et sur les réseaux sociaux pendant la Coupe du Monde
- Déclinée en différents formats
- Conçue par l'agence Buzzman
- IA en vedette et Griezmann au second plan → il tente de regagner sa place d'égérie
- Campagne humoristique et fédératrice pour le spectateur

# RÉSULTATS

- Souvenir publicitaire : augmente fortement fin juin avec un pic mi-jullet. Maintient à un niveau plus haut qu'avant la campagne.

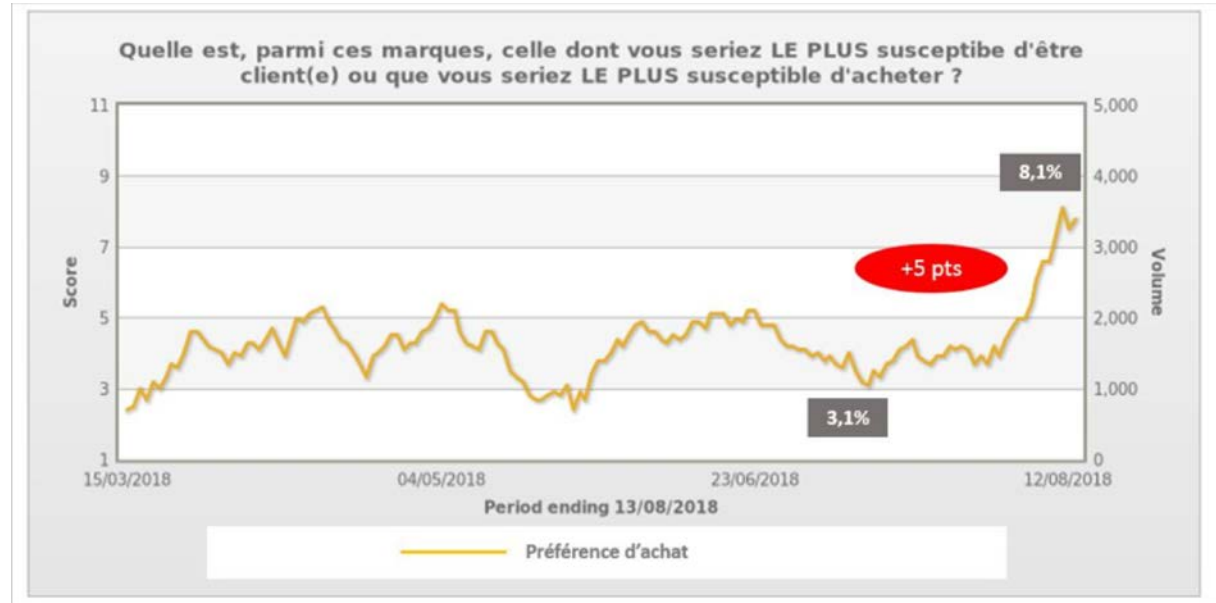


- Recommandation : premier pic mi-jullet et atteinte de son meilleur score mi-août.



# RÉSULTATS

- Préférence d'achat : augmente sensiblement fin juillet.



=> Plus de visibilité pour la marque, augmentation du nombre d'appareils vendus et renforcement de son image.

# CE QU'ON EN PENSE

- Campagne fédératrice
- Cible large
- Période clé
- Bonne mise en avant de l'égérie
- Ton différenciant
- Multiformat et évolutif
- Chiffres positifs

Merci de votre attention !