

吉利汽车的爱与责任 — 2018新春 整合营销强势出击

- ◆ **广告主:** 浙江吉利汽车销售有限公司
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2018.02.04-02.22
- ◆ **参选类别:** 互动体验类

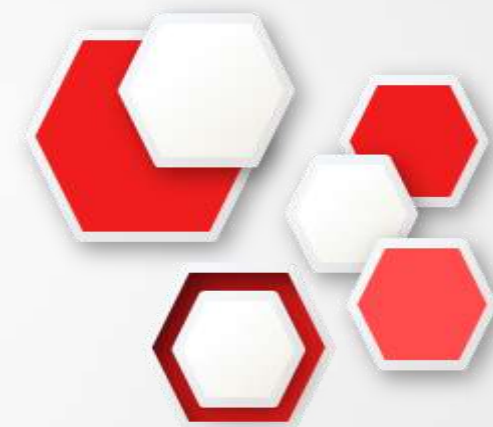
背景

品牌诉求:

2018新春之际，吉利汽车希望借势春节热点，对旗下不同车型分车而治，秉承新年**幸福**与企业**责任**的理念，实现品牌曝光与销售增长双提升。

合作契机:

今日头条强大的多平台矩阵及流量资源优势，恰好满足吉利汽车在春节期间车企跨空间、多车型、多维度的营销需求，2018，一场**爱与责任的新春营销**悄然而至。



目标



2017年，短视频行业迎来爆发，吉利全新远景携手火山小视频“废旧立新”，对过去“1.0”看春晚、短信、电话拜年；“2.0”微信红包、支付宝集福的时代说再见，双方共同迈进春节“营销3.0”时代，即短视频内容上传分享时代，创造全民上传、分享优质创新短视频内容，引发年轻消费者与汽车品牌情感共鸣。

爱

感性层面

感性与理性并重

这一次，吉利汽车选择做一个新春期间去旧迎新的“破局者”，
史无前例的节日营销呼之欲出

责任

理性层面

2018年，法定征收买车购置税优惠比例恢复10%，消费者购车利益直接受到影响。吉利汽车承担起企业社会责任，为民谋利，新春之际，发起购车普营销活动，去帮助因购置税政策影响而购车意愿摇摆不定的消费者，轻松圆自己一个拥车、换车梦。

头条

吉利汽车的爱与责任

2

策略 Step 01

爱 · 用短视频来表达

乘势火山小视频「火山春节」挑战赛，创意策划#点亮幸福回家路#活动，借火山小视频火力红包福利激励，激发小视频达人参与品牌主题活动积极性。



1



策略 Step 02

责任 · 为全民购车谋普惠

乘势今日头条新春“发财中国年”官方大型市场活动，双方以春节“贺税”红包的方式，巧妙传递「吉利税补惠民中国年」的品牌传播诉求。

策略Step 1 爱·用短视频来表达

玩转新年传统，创新发起「火山春节」挑战赛



火山春节期间内容征集大挑战

设定#**点亮幸福回家路**#主题进行征集活动，用户上传符合主题的品牌指定贴纸，拍摄短视频内容，参与活动，赢得**火力值**奖品。

红包=火山火力值

每个用户的视频在被浏览、转发、回复后产生的激励指标。

10火力值=1元现金，可直接兑换为现金

策略Step 1 爱·用短视频来表达

「火山春节」挑战赛规则

火山春节挑战赛活动详情：

活动由全新远景发起，活动页面在火山小视频平台上搭建，网友点击参与，选择#把幸福带回家#、#幸福归途路#、#幸福来敲门#、#幸福年味儿秀#、#幸福不一样#等五个主题中的任一主题，拍摄上传自己的原创小视频，按照点赞数高低排名依次获得大小不等的火力值小视频达人福利。



执行亮点



爱 · 用短视频来表达

- 动静态海报，文浅意深
- 社会化营销海报，动静皆宜，场景意味深长，文案触及人心

今年回家 发现又修了条新路
终于不用和大树捉迷藏了



冬森篇

车厢里，挤满了归客
我踩着油门，真想再快一点



火车篇

大城市囚你于方寸之间
日夜兼程，终将相见



城市篇

山水间都藏着老神仙孩子总追问
爷爷奶奶会不会是……



山水篇

暖和的时候 河边有各种叫不上名
字的鸟恐怕现在都飞回南方的家了



河桥篇



车票篇



日历篇



电话篇



饺子篇



红包篇

执行亮点



爱 · 用短视频来表达

- 种子视频，情景共鸣
- 内容即营销，置顶五支种子视频，内容与受众进行深度交互

#点亮幸福回家路#总主题下，下设五个分主题种子视频

五支种子视频
引导效果显著，
点赞量高达

3w+



视频网址:

https://hotsoon.snssdk.com/hotsoon/in_app/activity/video/general/71/?source=hskp&dl=k2Jv

执行亮点



爱 · 用短视频来表达

- 全民参与，玩转新年俗
- 吉利汽车新春特别策划，促使用户上传更多的原创视频内容

温暖走心内容 & 丰厚火力值福利，激发用户积极参与全程创作

26万+

的参与量，掀起年底
最热挑战话题



活动奖励			
第1名 15000火力值	第2名 12000火力值	第3名 10000火力值	第4名 8000火力值
第5-10名 3000火力值	第10-20名 2000火力值	第20-30名 1000火力值	
* 备注：随机抽取100名参赛者发放100火力值。			



视频网址：

https://hotsoon.snssdk.com/hotsoon/in_app/activity/video/general/71/?source=hskp&dl=k2Jv

执行亮点



爱 · 用短视频来表达

- 技术驱动，创意吸睛
- 全新远景创意贴纸创新运用，巧妙场景植入，增强产品曝光度



视频主题：

主题1：一个过年不能回家的电话.....

主题2：一种情感足以牵动亿万人的回家路.....

主题3：车水马龙的路上，一定要安全到家.....

策略Step 2 责任·为全民购车谋普惠

重新定义春节红包，集齐用户平分大奖

重新定义新年俗

抢红包、发小视频拜年正成为移动互联网时代的新“年俗”。2月7日，今日头条宣布，全民新春福利活动「发财中国年」将于8日正式启动，用户可以通过集生肖卡、红包雨、拍小视频拜年等方式，在手机上体会到浓浓的“年味”，同时分得现金红包。



生肖玩法大胆创新

用户需收集12生肖+發財卡，共14张卡片，当你集齐全部卡片之后，就可以在2月15日22:30一起平分2亿元现金。前188名用户还可以领取纯金发财狗一枚，剩余集齐用户平分奖金。

策略Step 2 责任·为全民购车谋普惠

用户参与「吉利税补惠民中国年」互动方法



执行亮点



责任 · 为全民购车谋普惠

- **四款第三代车型，四套权益素材，千人千面定向曝光**
- 千人千面个性化推荐，直达对应不同车型兴趣消费者，营销更智能

重点车型牢牢占据生肖卡最佳位置，广告记忆更深刻



生肖卡背面页
吉利博越



生肖卡背面页
吉利帝豪GL



生肖卡背面页
吉利新博瑞



生肖卡背面页
吉利帝豪GS

执行亮点



责任 · 为全民购车谋普惠

- **头条、吉利双向购车补贴，车友福利前所未有**
- 丰富消费者沟通路径，利益吸引，页面留存率远超普通投放效果

集齐12生肖平分2亿红包，再享购置税折扣、千元油卡、0息金融政策、精品大礼包等购车福利



开奖视频



摸牌录屏



中奖视频

红包封面页露出
图片icon\产品名称



红包领取内页露出

图片icon\产品名称\客户视频



落地页



秒开页面搜集销售线索，有效避免用户的流失，平均停留**5秒以上**

执行亮点



责任 · 为全民购车谋普惠

- 忠于品牌营销目的，集客效果显著
- 最大化的帮助车企完成集客线索收集，助力新春车型让利销售目的

原创 H5 聚合吉利汽车补税惠民、购车金融政策，核心信息用户全掌握



高效聚合吉利全系车型及金融政策：

- 宣传购置税优惠补贴
- 全系车型金融政策全面介绍

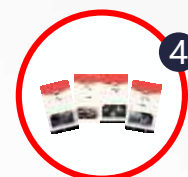
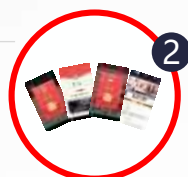
【扫描了解详情】



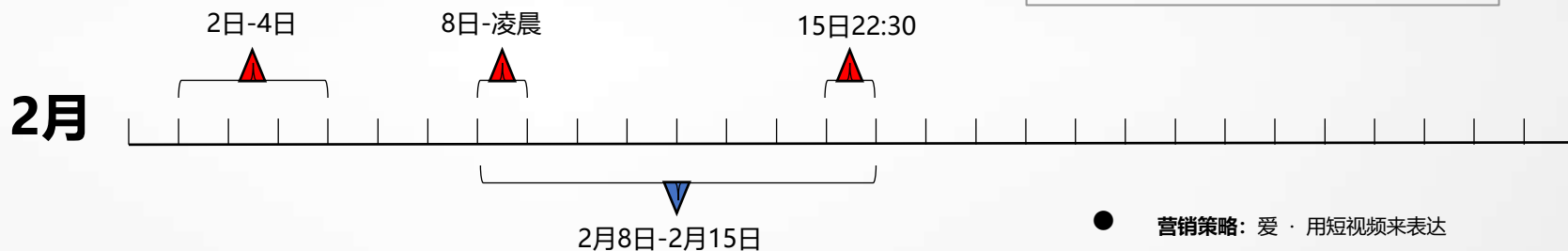
执行项目时间轴

点亮幸福回家路
5种幸福分主题, 5支种子视频&原创 H 5 正式上线

吉利的4套权益素材
生肖卡、领取页的客户logo及品牌名称全面上线

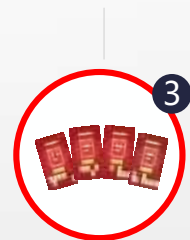


生肖卡红包正式开奖
客户权益包括红包领取页客户名称、logo、视频广告片、落地页等, 所有客户权益顺利上线



今日头条主icon
“发财中国年”主Icon上线, 正式官方公布春节活动

生肖卡领取
用户每天可领取3次生肖卡, 15日当天领取6次生肖卡



- 营销策略: 爱 · 用短视频来表达
- 活动主题: #点亮幸福回家路#
- 投放时间: 2018年2月4日—2月8日
- 营销策略: 责任 · 为全民购车谋普惠
- 活动主题: 吉利税补惠民中国年
- 活动时间: 2018年2月8日至2月22日

执行效果

爱 · 用短视频来表达

责任 · 为全民购车谋普惠

- 全网亿级总曝光，海量互动作品，超值回报

活动页总PV：15,970,896

活动页总UV：13,546,848



活动总VV：26,606,856

硬广总曝光：62,414,862



挑战作品
261,552



活动分享数量
288,120



活动评论数量
656,544



话题点赞数量
2,868,000

执行效果

爱 · 用短视频来表达

责任 · 为全民购车谋普惠

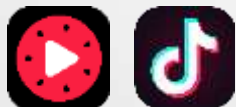
- 平台优势资源强效组合，匹配效果最优“套餐”

火山小视频、西瓜视频、抖音社交优质媒体最大覆盖，形成一个从平台到口碑内容的传播闭环



西瓜视频开屏

投放时间: 2018.2.4
曝光量: 42,228,376
点击率: 9.6%



西瓜视频后贴片

投放时间: 2018.2.6
曝光量: 7,941,887
点击率: 4.1%



西瓜推荐频道信息流

投放时间: 2018.2.4 & 2.6
曝光量: 10,099,124
点击率: 0.9%



火山小视频开屏

投放时间: 2018.2.4
曝光量: 270,000+
点击率: 5.16%

抖音信息流

投放时间: 2018.2.7
曝光量: 2,145,475
点击率: 1.0%

执行效果

- 爱 · 用短视频来表达
- 责任 · 为全民购车谋普惠

综合今日头条平台全矩阵信息推广升级为行业事件

今日头条红包活动成为新年最有年味、最有诚意的红包活动

头条系矩阵开屏联播

抖音开屏



西瓜视频开屏



内涵段子开屏



悟空问答专题



恭喜你找到由悟空问答赞助的【集生肖，分百亿】神秘抽奖页面！2018年2月8日0点-2月16日21点，回答下方【答题得卡】栏目中的任意问题，只要你的回答满足【100字以上，原创且认真回答，无抄袭】或【包含一段与问题相关的小故事】即可参与抽奖！

专题曝光：1448万

点击量：470万

评论量：200万

- 当红《百万英雄》直播综艺主持人口播
- 头条号官微阅读量：6000万
- 微话题阅读量：5.4亿
- 抖音、火山发布PUSH头条导流
- 微话题讨论量：2.2万
- 增粉量：146万

活动期间，百度指数“今日头条”在除夕当晚达到历史峰值26w，传播期间的百度指数均值高于平均值2000-3000；活动主题「发财中国年」百度指数达到17,261；

执行效果

爱 · 用短视频来表达

责任 · 为全民购车谋普惠

- 交互式营销，由领取红包自然过渡到产品营销界面

「吉利税补惠民中国年」活动，主动激发全民热情，高频互动，促使吉利汽车权益高强度曝光



执行效果

- 爱 · 用短视频来表达
- 责任 · 为全民购车谋普惠

· 今日头条顶配资源，春节高峰档期，可遇不可求

覆盖头条阅读路径，海量曝光，无论用户在哪，都能收获满满

推荐信息流



0.39亿+
推荐频道展示数

56.4万+
推荐频道点击数

1.42%
推荐频道点击率

推荐信息流-优选触达-定向男性、兴趣：汽车

视频频道信息流



416万+
视频频道展示数

1.9万+
视频频道点击数

4.8%
视频频道点击率

科技频道信息流4-2小



300万+
科技频道展示数

1.5万+
科技频道点击数

0.51%
科技频道点击率

汽车频道信息流4-1小图



336万+
汽车频道展示数

2万+
汽车频道点击数

0.62%
汽车频道点击率

执行效果

爱 · 用短视频来表达

责任 · 为全民购车谋普惠

· 今日头条新春“发财中国年”综合影响力史无前例

TOP APP、视频、户外360°联动，为吉利「吉利税补惠民中国年」活动曝光积攒人气

TOP APP开屏联播



地铁春节红包主题包车



优酷前贴片投放



户外候车厅传播



北京



广州



上海



深圳

执行效果

爱 · 用短视频来表达

责任 · 为全民购车谋普惠

· 超强明星阵容共助“发财中国年”极速引爆网络

邀请关晓彤、苏芒、何穗、papi酱、潘粤明、吴君如、马未都、炎亚纶等80位明星大V及微头条名人，通过微头条赠送生肖卡。



微头条

关晓彤

潘粤明

吴君如

贾玲入职今日头条任“恭喜发财官”



微头条：贾玲入职消息公布，瞬间吸引|560万+的阅读量。

抖音挑战赛：贾玲入驻并发起#2018发财舞#挑战赛，贾玲的抖音短视频点赞102万，评论2万；挑战赛参与人数4759+

群星璀璨，齐刷微头条，送春节生肖卡

市场反馈



爱 · 用短视频来表达



新年社交，拍视频给好友，#点亮幸福回家路#

短视频逐渐成为一种新型的社交工具，爆发出极大的传播裂变能量。

吉利汽车充分利用火山小视频牢固的城市下沉用户，关注在外打拼的回家消费受众心理，特别策划#点亮幸福回家路#活动，让新年祝福分享更有趣。



调性鲜明，幸福气息攻势，引领有爱有温度的春节营销

转化用户好感，细节走心，提升品牌好感。

一款满载幸福气息的品质家轿全新远景，一直以来希望传递给用户幸福体验。

“点亮幸福回家路”从创意形式到各路网友相续输出的视频内容，都营造了浓浓的幸福感，“幸福家轿”的调性得以充分展示。



责任 · 为全民购车谋普惠



惠民 + 税补 + 红包，使吉利名利双收

借势新春热点，平台重磅红包营销活动与吉利汽车税补惠民利益趋同，嫁接完美。活动成功推动今日头条日活跃用户对品牌的关注，带动亿级流量，引发税补惠民关注。



投放效果获客户肯定，品牌、重点车型促销效果显著提升

公交候车亭、地铁包车、优酷视频、B站、头条系+TOP APP联屏、MV音乐、微头条、悟空问答、PR稿件等海陆空宣传，活动主题「发财中国年」百度指数达到17261+，让今日头条红包活动定性为最有年味、最有诚意的红包活动，直抵消费者想有钱，不想花钱，想花钱，又不想多花钱的消费痛点。

春节营销大战从来不缺各大车企金主奋战身影，促销战、拉锯战等各种招式无所不用其极，满足车企跨空间、多车型、多维度的营销需求，精准网罗目标购车生力人群越发困难，吉利汽车品牌携手今日头条旗下平台的无缝衔接、深度捆绑

教科书式的将爱与责任正能量的核心价值在广告营销中发挥的淋漓尽致，堪称新春借势营销的“一股清流”

创新营销的尝试，帮助吉利汽车完成了春节营销战役品牌美誉度与产品转化率的双丰收