

广汽三菱-追光之旅9000公里寻人赴约

- ◆ 广告主: 广汽三菱
- ◆ 所属行业: 交通运输业
- ◆ 执行时间: 2018.05.10-07.04
- ◆ 参选类别: 媒介整合类

背景&初衷

Background & The original

2018年世界杯

广大球迷作为车企的重要潜在客户

得球迷者得天下

营销目标

The Marketing target

广汽三菱品牌

希望借助世界杯热点，抢占赛事营销声量

实现品牌记忆+产品教育的双赢

挑战&困境

Challenges & Dilemmas

01 车企世界杯营销扎堆

关注度容量瓜分，营销声量传播受阻

品牌需求仍走常规套路 02

品牌+体验+传播，如何玩出新花样

Insight

洞察

足球不是一个人的运动

世界杯是一群人的狂欢

因为“那些时光那些人”所以更热爱

Strategy

策略

提炼“时光和人”的故事激起情感共鸣

差异化融合“情感+故事+事件”

赋予“品牌+产品”新鲜独特的故事记忆

Solution

四年为期，时光荏苒，广汽三菱发起“追光之旅”行动

寻找时光那些人，共赴世界杯之约

策略亮点

品牌成为一位具有情感的故事叙述者,以情感为突破口,实现多层次差异营销

广汽三菱
追光之旅 直通俄罗斯

借助故事内容传播
强化受众情感联系

时光的人&故事
俄罗斯世界杯
品牌+产品

深度自驾事件打造
打通三大营销层次

品牌情感传递
+
产品深度展示
+
差异化事件打造

Roadmap

卷入

升温

引爆

持续

情感痛点引爆

沉浸式故事H5

一个故事寻一个人

温度营销升级

品牌线下激活

寻人故事列车

态度事件落地

9000公里自驾

赴世界杯之约

优质内容覆盖

旅游博主亲身体验

广汽三菱自驾六城打卡

用户UGC征集互动
品牌号召暖心蓄势

车主故事场景
传递品牌温度

品牌+产品+事件
深度捆绑持续触达

自驾游记专题
强化品牌记忆

Step 01

情感痛点引爆，UGC内容发散，在故事中感受时光

广汽三菱“追光之旅”沉浸式场景H5，分享那些故事寻找那些人，情感交互传递品牌温度



那些年

寻找时光的TA
共赴2018俄罗斯

青春不只是
一段时光
还是一群人

从总被吊打的弱鸡小院
到全胜全胜的全校冠军

当年和一帮哥们儿
捧回第一冠的事儿
怕是这辈子都忘不掉了

经常想能回去再踢个大
场就爽了




因为爱

寻找时光的TA
共赴2018俄罗斯

爱情总是碰巧
你爱的我也爱着

老婆说，如果你爱好，
就陪我看世界杯，我能
说不吗？如果我说不，
家务就要全部我做，算
了，还是陪她看吧。




寻人故事激活用户精彩留言

活动收获大量留言，包含怀旧、逗趣、热血、伤感等等，在用户的分享中让品牌收获专属于用户的**情感信赖**。

Step 02 温度营销升级，场景深度沟通，足球往事总让人哭笑不得

真实故事和真挚情感切入痛点

前期的寻人故事文案进行地铁布展
打造广汽三菱世界杯“寻人列车”

故事物化赋予媒介独特内涵。



广汽三菱

“这四年,我们的生活发生了很大的变化,我从一个单身球迷变成了一个
大龄单身球迷。——广汽三菱驭胜车主 郭旭波君”

与你一起,看再烂的球队都甘之如饴;
不在一起,德阿大战都懒得搭理。
——广汽三菱驭胜车主 何德勇君

“秋名山上行人稀,常有车手较高低;
如今车道依旧在,不见当年老司机。
——广汽三菱驭胜车主 张耀小哥哥”



内容入选【CN广告网资讯】等
营销行业KOL世界杯热点集锦

Step 03 态度事件落地，心怀约定启程，自驾9000公里

共情故事挖掘



品牌应约发声

每个球迷藏着共同的时光故事
【总有一天，我们要站在决赛现场】

邀约自驾9000公里，完成未完的约定
【追光之旅，直通俄罗斯】

围绕 “情感+故事”



品牌情感+产品体验+差异化事件

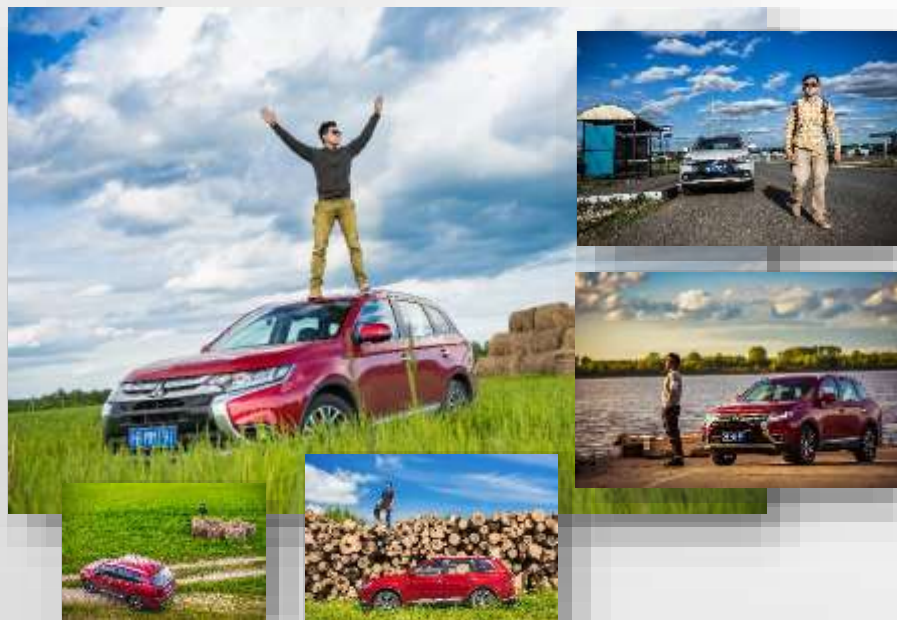
9000公里路途，跨过高山和大海，我们用车轮丈量世界

邀约达人带着故事自驾启程，途径俄罗斯6城，以第一视角纪录，形成品牌的故事记忆点。

镜头纪录旅途 传递热血情怀

实时内容输出，遇见异国风景

6场实时直播+6条纪录短视频+6篇深度游记





追光之旅 | 广汽三菱 欧蓝德/横滨橡胶伙伴



追光之旅 | 广汽三菱

01 追光之旅6城实时直播
广汽三菱全程**聚焦**视线

02 自驾事件关联当地特色
创造独特专属的品牌**事件**标签



世界球迷签名



足球赛场打卡



城市风景同框



路途驾乘讲解



行车路况直击



03 场景化驾乘内容输出
以体验进行**产品教育**

Step 04 优质内容覆盖，人群精准扩散，用生活视角还原品牌精神

旅游媒介触达，广汽三菱自驾游记专题传播优质内容，强化**品牌特色记忆**。

旅行是一种态度，情绪会相互感染
在游记中发现不一样的追求，感受念念不忘的热血



链接：<http://travel.163.com/special/russian/#p=DL9401131330006NOS>

直播&视频类 (播放量)

共计3288.9万



内容名称	链接	传播效果
第1站直播	移动端: http://c.m.163.com/news/l/181686.html	112.91万
第2站直播	移动端: http://c.m.163.com/news/l/181950.html	115.95万
第3站直播	移动端: http://c.m.163.com/news/l/182531.html	103.47万
第4站直播	移动端: http://c.m.163.com/news/l/182600.html	124.64万
第5站直播	移动端: http://c.m.163.com/news/l/182605.html	104.25万
第6站直播	移动端: http://c.m.163.com/news/l/183235.html	119.04万
第1站短视频	http://v.auto.163.com/video/2018/6/O/G/VDK04E1OG.html	213.32万
第2站短视频	http://v.auto.163.com/video/2018/6/T/N/VDK04DMTN.html	205.65万
第3站短视频	http://v.auto.163.com/video/2018/6/Q/Q/VDK04OBQQ.html	198.34万
第4站短视频	http://v.auto.163.com/video/2018/6/O/N/VDK04LJON.html	207.45万
第5站短视频	http://v.auto.163.com/video/2018/6/V/M/VDK04GTVM.html	214.7万
第6站短视频	http://v.auto.163.com/video/2018/7/1/H/VDLBV9E1H.html	229.13万
总结视频	http://v.auto.163.com/video/2018/7/G/G/VDLJSF6GG.html	240.54万
全员点评车型	http://v.auto.163.com/video/2018/7/O/H/VDLM5FQOH.html	34.92万
说车回顾视频	http://v.auto.163.com/video/2018/7/4/B/VDLM6UM4B.html	37.51万

故事H5：一个故事寻一个人



H5曝光量 (PV)

811.3万

自驾游记专题：9000公里追光之旅



阅读量 (游记+专题)

246.4万

自驾事件自发传播 抖音自发传播53.4万播放量 签名现场国外媒体现场拍摄



自媒体预热文章



点击查看

媒体频道文章



点击查看

自媒体报道文章



点击查看

媒体社区文章



点击查看

预热内容外围阅读量 一篇微信突破10万+

共计111.7万

全屏播放点击查看文章

“外国人看中国车” 栏目稿件



[点击查阅](#)

[点击查阅](#)

“汽车观察” & “视野” 栏目稿件



[点击查阅](#)

[点击查阅](#)

主题内容扩散
产品深度教育

外围稿件阅读量
2,810,413

[点击查阅](#)

[点击查阅](#)



[点击查阅](#)

[点击查阅](#)



全屏播放点击查阅文章

长途试驾稿件

“车神·经” 栏目稿件



Thanks