

# 长安福特一球成名 世界杯整合营销

- ◆ 广告主：长安福特
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2018.06.14-07.16
- ◆ 参选类别：互动体验类



FIFA WORLD CUP™ FINAL 2018

# 2018 激情盛夏

持续了一个月的世界杯在俄罗斯激情上演，全球各地32亿粉丝尽情狂欢！

长安福特希望在世界杯期间，结合这一全球热点，实现品牌借势传播，同时通过线上传播为线下门店导流，达成有效转化。

## 传播挑战



**挑战-1**：如何找到长安福特“进无止境”的品牌理念与“世界杯”这一热点体育赛事的契合点，并进行合理结合、有效传播？

**挑战-2**：如何吸引并运用世界杯的海量球迷与泛球迷，从线上引导至线下到店，实现购车转化。



借势累积四年的世界杯热度，长安福特联手新浪、新浪微博和新浪游戏，  
打造一场线上线下联动的世界杯主题活动：

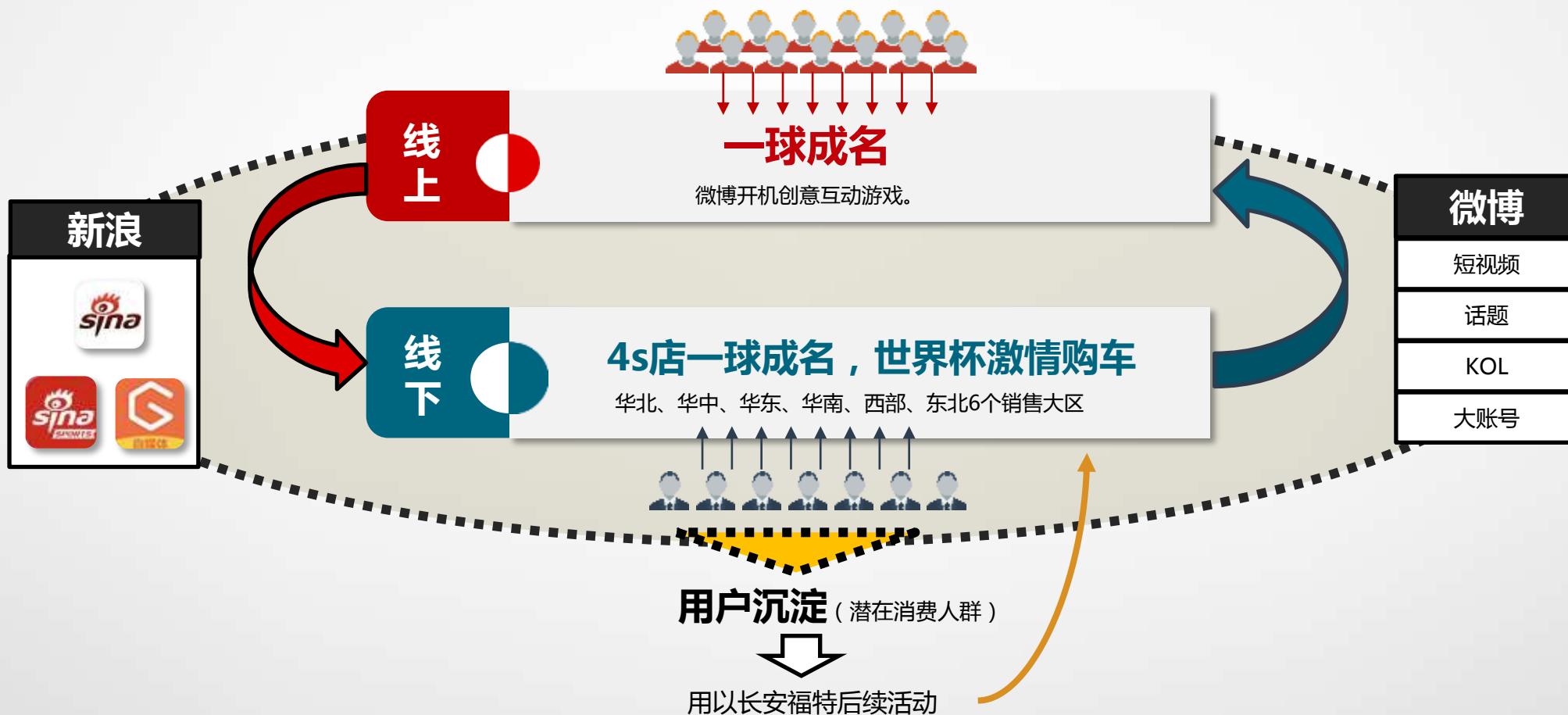
“一球成名”既能体现世界杯的竞技精神，同时与长安福特进无止境的品牌理念有效契合，作为特此次活动的核心概念，贯穿活动始终。

Ford  
长安福特 Football World Cup  
一球成名  
2018

新浪游戏官方打造并运营  
**“一球成名”进球游戏**，  
借世界杯期间网友的踢球热情进行趣味有粘性的轻互动。



线上线下整合，跨平台双终端聚拢球迷及泛球迷全程参与，感受世界杯热度，不断提升长安福特品牌声量，带动销量提升！



## 长安福特&新浪 **一球成名 互动游戏**

3大创意亮点设计，兼具趣味性、参与度和传播性，从游戏自身实现互动与传播的有效结合。





## Step-1 创意进球互动

伴随世界杯赛事进行，一球成名线上互动同步展开，以赛事激情引导网友参与互动。



Loading页



首页

品牌logo、车型形象体现



球队站队



点击球的不同位置开始射门

看台横幅、球台均体现长安福特品牌权益。



进球成功，进入下一关；进球失败，重新挑战

进球成功后，“进无止境” slogan 闪烁出现。



切换下一关  
随机出现球门高度

## Step-2 奖励刺激参与

32关挑战成功，填写个人信息，即入围奖池瓜分现金大奖。

每天**0点前**，当日奖池累积截止。



**0点后**，按当日累积过关人数进行奖池瓜分。



提交个人信息

体现长安福特品牌信息。



进入奖池



私信发放红包



通知获得活动红包

私信内容体现活动及品牌信息。



点击领取红包



自动分享一条获取红包的信息流

信息流带长安福特品牌权益进行扩散。



## Step-3 复活卡机制

通过两种方式可获取复活卡，降低游戏难度，实现游戏扩散，有效收集销售线索。



- ① 微博账号默认个人信息，降低提交信息门槛
- ② 勾选了报名长安福特线下活动的用户信息，实时传送至客户数据库系统。



- ① 复活卡页面体现长安福特品牌权益。
- ② 填写了个人信息用户，每次游戏失败可获得“首次失败自动复活”的特权。

## 媒介传播亮点-1

## 世界杯期间抢占微博app动态开机高流量入口

选择最受关注的**17天重要比赛日**，锁定微博开机入口，以世界杯高流量关注带动活动参与！



6月														7月																		
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16



特批**5秒动态**视频开机  
结合世界杯为长安福特  
创意定制

媒介传播亮点-2

31天世界杯比赛日设置固定入口，为游戏长期导流。



微博APP 搜索首页



围观世界杯专题固定Icon



世界杯频道通栏



世界杯频道页横划推荐



进入游戏



## 媒介传播亮点-3

## 微博多形式社会化资源联合助推一球成名活动。



**品牌原生活题**

打造话题#谁能一球成名# 全程炒作，KOL联合助推



**世界杯短视频**

@CCTV5官方输出每日亮点赛事短视频，长安福特前后贴片等形式跟随曝光传播



**社会化资源联合**

微博热门话题榜、热搜榜文字链、粉丝头条、视频流第三位等多形式炒作性资源进行活动推广，为游戏导流

## 媒介传播亮点-4

## 新浪+微博双终端优质运营资源全程推广游戏。



新浪新闻 APP



新浪游戏 APP



新浪游戏  
PC端

新浪游戏  
APP

新浪新闻  
APP游戏标签

新浪网  
首页

新浪汽车  
频道PC端

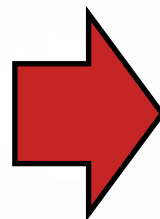
新浪新闻  
app

新浪  
微博



一球成名线上互动传播

ONILNE



一球成名线下看车团

长安福特世界杯线下经销商活动

OFFLINE



伴随世界杯赛事进程，一球成名活动同步延展至线下，打造

## 一球成名线下看车团

长安福特世界杯线下经销商活动



全国6大区域通力合作，邀请目标消费者前往当地活动门店，了解最新车型信息、参与后备箱射门游戏、一球成名线上游戏PK等，赢得世界杯球星签名球衣，为在世界杯期间完成购车计划的消费者送出惊喜，高效带动长安福特各车型销量。

项目效果

一球成名核心互动机制表现出超高粘性及扩散性！



共送出红包

118,658个

KPI完成率154%

最高同时在线人数

48,218

Leads收集

43,294个

KPI完成率

108%

共吸引 **23,152,760** 人参与游戏

游戏页面 PV:7,899,158 UV:7,666,011

微博分享产生二次传播

1,172,238条



项目效果

粘性游戏+社交合理引爆两大活动话题！



两大话题阅读量超过

6.8亿





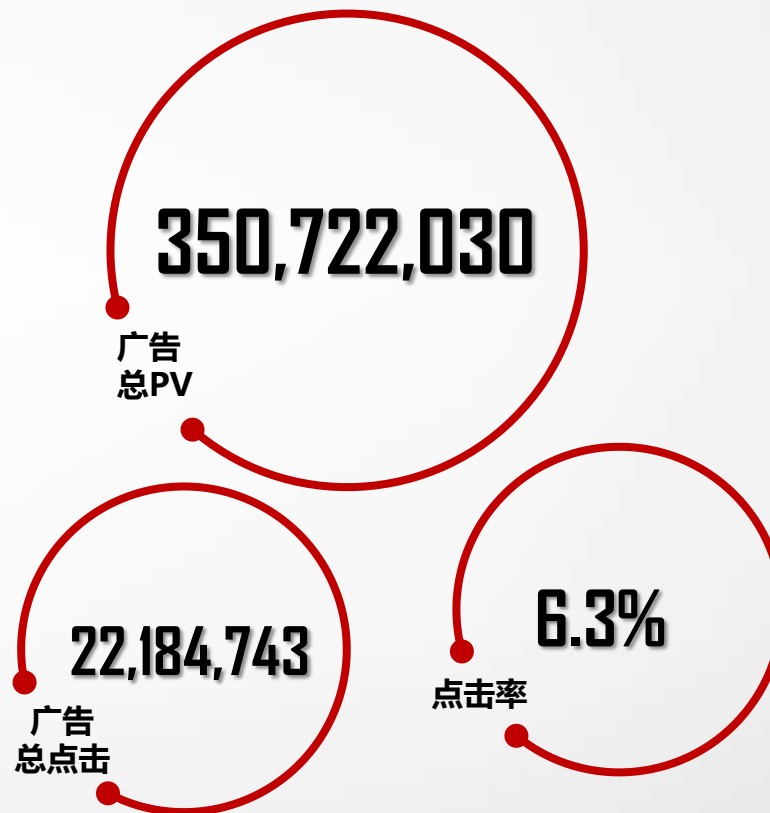
项目效果

微博APP大曝光，带动一球成名活动席卷亿万粉丝！

长安福特 Football World Cup 一球成名 2018

赢! 现金 即刻到手

动态开机报头17天上线触达用户  
**3.5亿人次**



## 项目效果

线上线下有效整合，成功完成通过活动引流到店及品牌销售转化的目标！



线上活动广泛引流



共举办6场看车团活动  
累积近500人到店参与活动



达成终端销售额近千万

## 品牌提升效果

通过此次活动，长安福特大众声量实现飙升！

长安福特品牌关键词整体**阅读量**同比增长**358%**  
 活动结束后，阅读量曲线明显较5月出现更多阶段性峰值。



数据来源：微博品牌影响力评估平台  
 评估关键词：长安福特



## 品牌提升效果

### 通过此次活动，长安福特大众声量实现飙升！

长安福特关键词整体提及量同比增长**228%**

活动结束后，网友对长安福特品牌关键词提及量曲线明显较5月出现持续增长



数据来源：微博品牌影响力评估平台  
评估关键词：长安福特