

# 长安福特#2018我拿BUFF#社交热点营销

- ◆ 广告主：长安福特
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2018.01.03-02.15
- ◆ 参选类别：创意类



## 长安福特2018款全新锐界上市

2018年1月-2月春节期间，以“新锐界，新成就”为沟通主题进行产品推广，本次产品结构优化和价格调整给消费者带来的两大利益点：

- ① 超值价格，性价比更高；
- ② 自身配置升级，带来优质的驾乘体验。

## 挑战一：



如何**生动诠释**全新锐界能为消费者带来的两大**产品利益点**？

## 挑战二：



岁末年初之际，在同质化严重的春节热点借势氛围中，如何才能**避免创意同质化**、同时**保证活动声量**？

全新一代锐界，强化自身更优质的驾乘服务配置，也让跟更多目标消费者能拥有全新锐界，获得更好的品质生活享受，因此此次2018款锐界上市，实现了：



**专业驾乘体验**和**品质生活享受**两种加成

如同游戏中，获得了**红、蓝两重BUFF**



2017年度热词

# Buff

在游戏环境中，“加Buff”是指增益类的不同效果加成，是非常关键的制胜法宝，红Buff指物理加成，蓝Buff可提升法术加成。

而在人生中，Buff也代表一种积极的能量，红Buff可代表物质上的能量供给，蓝Buff代表精神上的能量刺激。

**消费者购买2018款全新锐界，相当于获得了红、蓝Buff，打好Buff过好年，新的一年没Bug！**



新浪通过大数据洞察新锐界的用户画像，结合新锐界产品，搭载流行的游戏属于——Buff热点，创意推出主题，体现新锐界的每一项成就都是Buff加身！

## 2018我拿BUFF

### 红Buff

提供**专业的驾乘体验**  
的红BUFF物理加成



### 蓝Buff

获得**品质生活享受的**  
蓝BUFF法术加成

年底年初之际，我们会回顾过去一年的目标是否达成，希望新一年更加努力，达成更大更新的成就。

**2018，全新锐界自身红蓝Buff加身的同时，为消费者送出红蓝双重Buff，从驾乘体验和生活品质上，为大家2018实现新成就加成！**



整合微博优质社会化资源进行热点打造及炒作，有效提升品牌声量。

Step 1

策划热点  
话题炒作

打造活动专属原生话题和创意  
H5，号召网友为自己加成！

Step 2

定制趣味  
病毒视频

主题趣味病毒视频，  
点燃网友关注兴趣。

Step 3

社交传播  
热点扩散

利用微博KOL及精准信  
息流广告助力活动扩  
散。

## Step 1 : 策划热点-打造活动专属原生话题，号召网友为自己加成！

打造高级话题页，向网友展示锐界品牌与生活理念，刺激网友原创UGC的热情。



PC端

双终端话题页内扫码  
或直接点击Banner  
进入H5开始互动



Mobile端

## Step 1 : 策划热点-策划“打Buff”创意H5。

新锐界作为承载Buff的载体，打Buff拿大奖，形成自发传播，掀起“拿Buff”热潮！

2018我拿Buff  
一键启动！





## Step 2 : 打造主题趣味病毒视频，点燃网友关注兴趣。

以“锐界为你加BUFF”为沟通点，定制系列病毒视频，锐界贯穿剧情植入，有趣的视频内容加上新颖的视频技术，深度诠释新锐界的加威力。



《拿buff的快进人生》



《狗生赢家阿福》



《Turelove coming 》



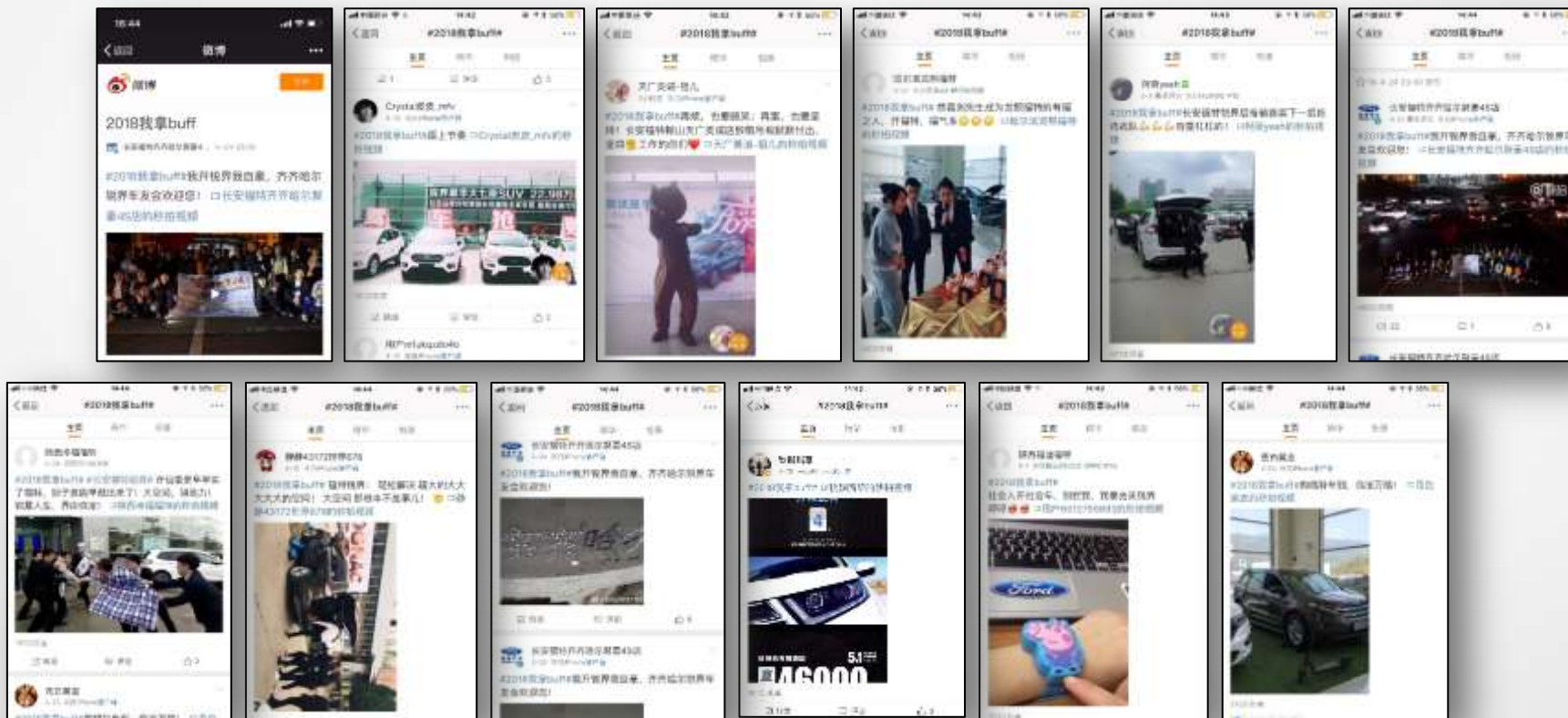
《有房有车》



《有猫有狗 人生赢家》

## Step 2 : 除网友参与外，活动引发全国600多家经销商主动参与。

全国六大区域经销商产出不少优秀短视频作品，并且新浪原生配合产出优秀视频创意作品，推动话题阅读量的高速增长。



## Step 3 : 利用微博KOL及精准信息流广告助力活动扩散。

- ◆ @车迷头条发布品牌软文，从专业角度为锐界背书，@开车编辑部、@汽车娱乐大法、@电影通缉令等10多位KOL，形成传播矩阵，推广Buff创意视频，引爆活动声量。
- ◆ 利用微博品牌速递精准视频流广告，定位汽车人群推送Buff视频



@车迷头条

@当时我就震惊了

@开车编辑部

@电影通缉令



@蓝影志

@看评论也是醉了

@裸睡蜀黍

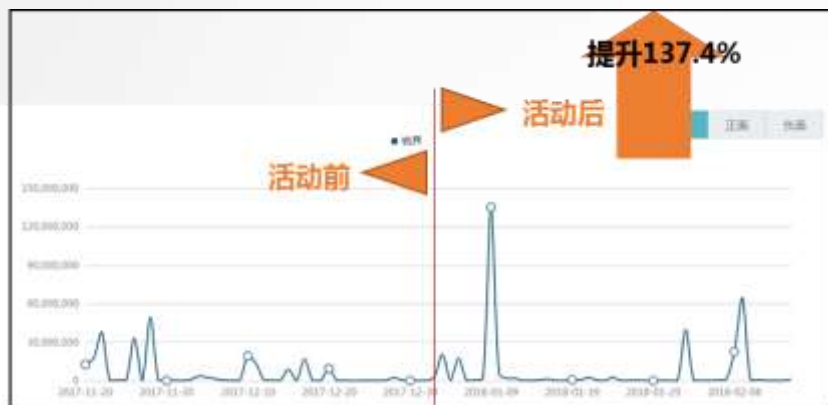
@扒皮匠

KOL矩阵



品牌速递

## 1、锐界大众声量提升137.4%，品牌备受网友喜爱。



品牌阅读量

## 2、品牌印象更加清晰，关键诉求点转向核心

活动前的品牌印象高频词并没有一条核心脉络，而在活动后，“配置”、“全新”、“升级”等高频词，可以看出大众对于锐界品牌印象的变化正向着本次传播的核心性能聚拢。



品牌印象对比



话题阅读量已经突破**3亿**大关，并保持在热门话题榜前列，

- **使本次微博联合锐界自造品牌热点活动获得广泛声量！**



创意视频播放量达**16,189,769**次

- **定制视频为锐界传达的品质生活理念有效诠释和传播！**



征集**7000**个意向客户，销售转化效果喜人。

- **通过本次活动，锐界获取大量潜在人群，为今后与消费者持续沟通、促进销售转化奠定基础。**