

名爵6#当红主爵#媒介整合营销

- ◆ 广告主：上汽名爵
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2017.10.12-10.20
- ◆ 参选类别：媒介整合类

名爵6 新车上市

2017年10月13日，名爵6新车上市，车型主打#当红主爵#理念，致力于打造互联网性能座驾车



车型&理念强关联

提升名爵6上市声量的同时与目标受众更深入的情感沟通，让用户自然将#当红主爵#与名爵6联系在一起



营销策略 — 攻陷汽车兴趣用户阅读场景，燃爆社交圈

新浪微博

新浪门户

新浪WAP

新浪APP



品鉴会报道

高清图集

+

编辑撰写

微话题炒作



新浪官方大账号

+

KOL大账号



销售线索收集

从时尚红-名爵红-名爵6亮点，品鉴会层层深入沟通

红色是中国、英伦、MG品牌象征



外观、内饰、设计团队三方面分析名爵6



#当红主爵#微话题 - 全程运营，助力品牌销售线索收集

PC端



APP端



21位KOL (时尚+汽车) 加盟 - 打响#当红主爵#声量战



辜什么锦
粉丝数125万



周小晨kiki
粉丝数127万



Fairy菲宝
粉丝数168万



周无敌_Molly
粉丝数128万



新浪汽车
粉丝数913万



孙大诚
粉丝数23万



王兮兮Shirley
粉丝数111万



精分了温爽
粉丝数40万



Prnd21
粉丝数27万



Auto_lover黄加祖
粉丝数26万



Joke频道
粉丝数111万



阿笨汽车观察
粉丝数45万



阿毛说车
粉丝数50万



潮人汽车之家
粉丝数282万



罗斯栗
粉丝数13万



汽车导报Kris
粉丝数103万



汽车控老爸
粉丝数20万



苑叔的微博
粉丝数23万



总李谈车
粉丝数141万



改装世界
粉丝数93万



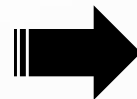
修车技工王师傅
粉丝数33万

KOL转发名爵官微微博 示意



品效通 - 精准锁定名爵6目标人群&助力品牌销售线索收集

大卡片展现样式
将名爵6 TVC精准
投放兴趣用户



自动调取
微博用户注册信息



双平台多终端黄金资源 - 助力名爵6上市大曝光

WAP汽车首页焦点图最后一帧



新闻APP汽车首页焦点图第一帧



微博热搜榜





预估曝光74,167,000，实际曝光 77,561,420；KPI完成率 104.58%

预估点击89,167，实际点击 769,998；KPI完成率 863.55%

话题阅读量 2.1亿；讨论量 7.7万

Leads数 3395个 (10月13日-10月19日)

舆情分析 – 项目投放期间名爵6高曝光、关键字内容契合度高

#当红主爵#投放期间10月13日达到峰值，高关联度的词如“红色” “性感” “时尚” 等正面且匹配新车型卖点



舆情分析 - 两大营销亮点助力名爵6实现营销目标

红人发声

邀请汽车、时尚等领域达人转发名爵官方微博，引爆社交圈



#当红主爵#

精准触达

微博黄金产品品效通，精准
锁定名爵目标受众