

# 东风雪铁龙#有享法逸起来#互动营销

- ◆ 广告主：东风雪铁龙
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2017.12.18 - 12.31
- ◆ 参选类别：互动体验类

## 背景



### 年轻化受众群，追求时尚享乐

天逸受众是追求时尚享受、自由乐趣的有力青年，尤其是那些生长在经济宽裕的社会和家庭环境中，拥有一定的财务自由和渴望在事业上大展拳脚的年轻群体。

### 微博社会化平台高度吻合品牌TA

微博平台的主流用户，正是雪铁龙天逸致力于锁定的年轻群体，数据显示青年白领群体正是微博用户的主力群体，其中大学以上高等学历占据极大的比例，符合天逸受众的群体背景，且主力群体大都居住在一二线城市。

## 目标



目标一

借社会化热点提升品牌声量

目标二

用UGC内容引发TA共鸣

目标三

销售导向，用户有效沟通

洞察

## 天逸受众是追求时尚享受、自由乐趣的有力青年 如何利用社交媒体与年轻受众沟通？

### 拥抱改变的主流新生代

- 三十岁出头的年轻男性
- 一二线城市为主
- 单身（晚婚）或新婚已有小孩
- 生长在经济宽裕的社会和家庭环境中，拥有一定程度的财务自由，自在接受社会大环境的变化，渴望在事业上大展拳脚
- 受过高等教育之后，没有从事国营单位或机关的工作，在社会变革万众创业的大势下，准备在新兴行业开创自己的事业

泛80,90后年轻一族，旅行、娱乐、运动、音乐、明星是他们的核心标签



关键词

时尚

年轻

创新

动感

## 策略

**创意总策略**——借助社交互动创新打造UGC内容，并用社会化推广持续裂变创造集内容与大数据为一体的移动化营销

达人社交互动

大数据  
精准触达

**利用达人影响力，迅速打响活动聚焦**

微博话题+微博故事+达人

达人拍摄短视频分享，号召粉丝参与互动，通过话题增加讨论和转发

**利用大数据，活动内容二次触达**

精准广告

根据大数据人群标签精准定位，将前期活动中的精彩内容二次触达受众

## 媒介&执行

## 创意阶段一：制造热点

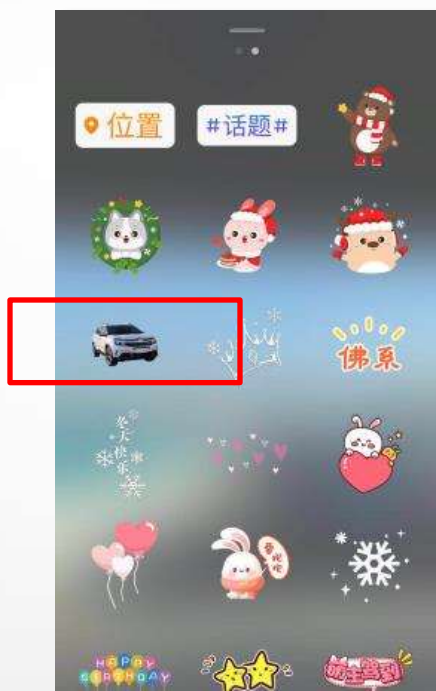
**内容 1**：品牌发布微博故事，率先提出生活“新享法”，引爆声量并号召网友参与互动



## 媒介&执行

### 创意阶段一：制造热点

**内容 1：**网友响应号召，各抒己见拍摄上传趣味生活“新享法”，创造UGC内容裂变



定制天逸车型微博故事表情

## 媒介&执行

### 创意阶段一：制造热点

**内容 2：** #有享法逸起来#话题聚合品牌与网友优质UGC内容，持续激化讨论与互动



**内容 3：** 微博搜索&微博热搜榜等创意媒介助阵，加剧内容的社交扩散，形成热点



微博客户端  
发现页实时热搜榜



微博客户端  
实时热搜榜页榜单

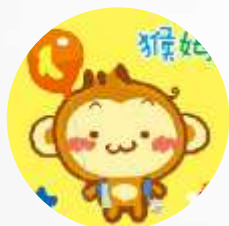


## 媒介&执行

## 创意阶段二：制造扩散

**内容 1**：娱乐、段子手、视频咖等自媒体KOL发声助力，进一步提升热点内容大众声量

覆盖泛TA，提升品牌大众声量



@Houson猴姆  
粉丝：461万



Instagram热门  
粉丝：664万



@全球顶尖摄影  
粉丝：492万



@娱八婆  
粉丝：331万



## 媒介&执行

## 创意阶段二：制造扩散

**内容 1**：汽车垂直自媒体KOL发声，促进热点内容在汽车领域的专业声量提升

覆盖汽车领域TA，提升车型专业声量



@影视大魔王  
粉丝：692万



@汽车导报Kris  
粉丝：103万



@总李谈车  
粉丝：147万



## 媒介&执行

## 创意阶段二：制造扩散

**内容 2：**精准类信息流广告原生触达车型TA，导流销售，形成价值群体深度沟通

利用功能型广告，导流至品牌定制Leads收集页，推动销售，增进车型认知



微博品效通精准信息流



新闻APP精准信息流



## 效果&反馈

### #有享法逸起来# 热点内容效果数据



#### 话题



全站阅读量 **8226.2万**



相关微博总讨论数 **1.3万**



#### KOL

 @Houson猴姆 粉丝：461万	 Instagram热门 粉丝：664万	 @影视大魔王 粉丝：692万	 @汽车导报 Kris 粉丝：103万
 @全球顶尖摄影 粉丝：492万	 @娱八婆 粉丝：331万	 @总李谈车 粉丝：147万	



阅读数 **217万**



粉丝数之和 **2779万**

效果&反馈

#有享法逸起来# 曝光效果

缔造2亿级广告曝光，KOL转发引发百万阅读量



广告总PV

广告总点击



2.28亿

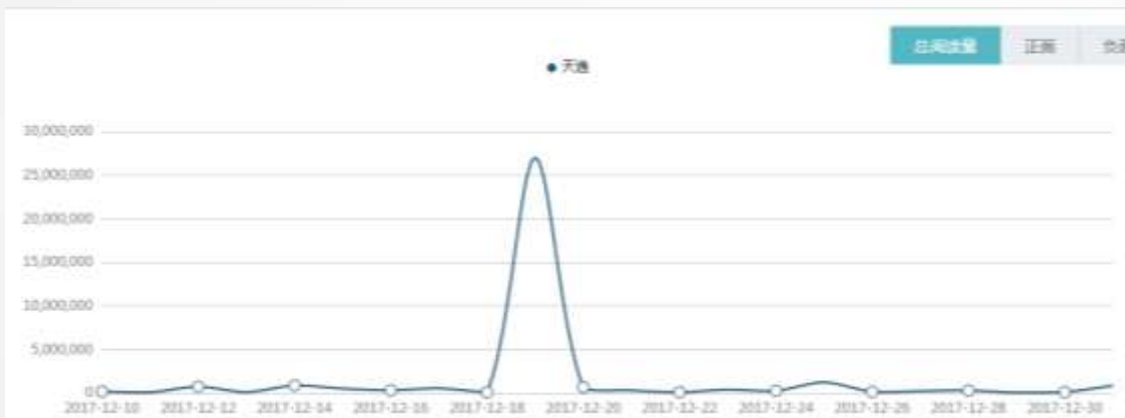
33万

## 效果&反馈

### #有享法逸起来# 舆情效果

热度随活动内容持续发酵，成为社会化正面热点

■ 微博故事活动日车型声量迎来最高峰，并呈压倒性正面好评



■ 核心热词围绕热点内容呈现，形成有质有量的传播



12月19日“天逸”关键词在微博阅读量暴增，正面声量占比96%

## 效果&反馈

UGC内容成为热点酝酿的核心，拉近了品牌与受众距离，并持续社会化扩散

### 阶段一

#### 制造热点



##### 微博故事

创造品牌&UGC内容裂变



##### #有享法逸起来#热门话题

激发网友热议



##### 微博热搜持续助力

发酵#有享法逸起来#热点

### 阶段二

#### 热点发酵传播



##### 大号发声助推

强势引爆活动声量



##### 微博品效通+新闻APP

黄金信息流精准曝光



##### 销售留资页

作为推广落地页承载传播内容

