

# 沃尔沃#轮上马拉松#整合营销

- ◆ 广告主：沃尔沃汽车
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2018.02.01-03.31
- ◆ 参选类别：媒介整合类

## 背景

### #轮上马拉松#——将马拉松精神，由境外传承至中国消费者

沃尔沃作为北欧豪华汽车品牌，长年赞助哥德堡马拉松，“马拉松”所强调的“自我超越”精神也成为沃尔沃在境外的核心品牌理念。因此，品牌以#轮上马拉松#为名，希望将“马拉松”的“自我超越”概念引入国内，带给中国消费者树立对品牌情感理念的认知。另外，沃尔沃S90自携手彭于晏代言上市以来，品牌知名度大幅提升。品牌也希望从理性层面，深入S90车型智能科技，带动车型性能认知。



### #轮上马拉松#——避开体育营销范畴，成为品牌传播核心挑战

品牌的#轮上马拉松#传播战役面临的最大的挑战在于，如何区别于体育营销，用内容营销的方式传递品牌主张。由于沃尔沃在境内并无长跑类体育赞助合作，因此，品牌希望结合媒体优势用丰富的内容捕获消费者。因为品牌相信，优质的内容营销能聚拢更多圈层的受众，会带来更多品牌理念的认同感，以及车型科技的认同感



## 目标



目标一

品牌声量加剧放大

目标三

用户留资与品牌增粉

目标二

车型产品力聚焦

目标四

长线化呈现推进



洞察

创意洞察：如何用媒体的方式，演绎品牌“轮上马拉松”概念



解读1:

“轮上”

——车是主角

营销环节与内容设置  
如何让S90车型成为主角  
如何体现科技性能



解读2:

“马拉松”

——非体育营销

这不是一次体育范畴的活动营销  
如何用时间与空间构建马拉松概念  
如何内容铺成构建马拉松概念

## 策略

**创意总策略**——为期2个月3大板块内容整合，马拉松式长线移动整合营销

## 沃尔沃S90#轮上马拉松#



行驶在春运归乡路  
(2月上旬)

春节热点  
移动互动



行驶在人性科技路  
(2月下旬)

内容定制  
原生营销



行驶在城市体验路  
(3月)

达人体验  
O2O营销

移动化话题社交讨论全程贯穿

媒介&执行



创意阶段一：春节热点手机移动内容互动

沃尔沃S90#轮上马拉松#——行驶在春运的归乡路

以春节抢红包风俗，搭载《让红包飞》活动，用互动为沃尔沃最大程度集客留资

1

让红包飞定制红包  
激励网友互动



2

50个地域博主发声  
覆盖重点城市



3

高铁列车O2O联动  
聚拢更多归乡网友



## 媒介&执行

### 阶段一内容：1. 搭载让红包飞-三种沃尔沃联名红包，拉近品牌与网友增粉距离

沃尔沃品牌官微首页  
红包card定制



#轮上马拉松#话题页顶部  
红包card定制



微博首页Feed流中  
红包card体现



点击后抢红包留资  
自动关注沃尔沃官微



**预约试驾**

姓名

手机

经销商

**立即提交**



## 媒介&执行

### 阶段一内容：2. 搭载让红包飞-两种沃尔沃创意红包，刷爆网友疯抢频次

创意红包A-视频红包：绑定过年原生内容视频，动态更原生化吸引网友点击



播放视频，点击角标抢红包，私信推送抢红包结果





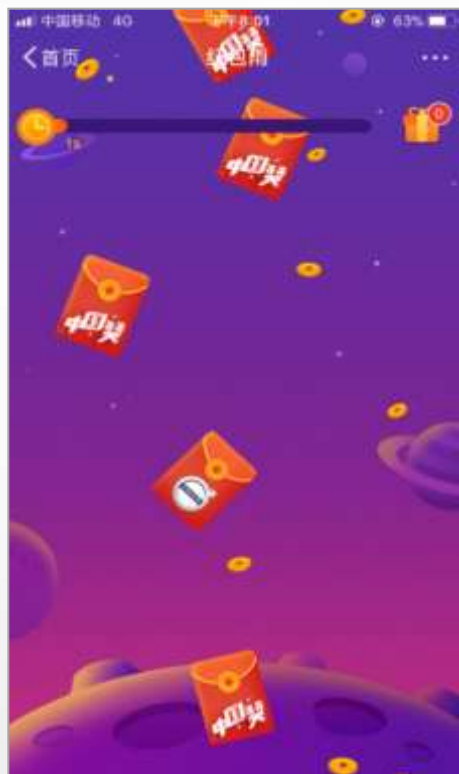
## 媒介&执行

### 阶段一内容：2. 搭载让红包飞-两种沃尔沃**创意红包**，刷爆网友疯抢频次

创意红包B-**春晚红包雨**：借势春晚黄金时间段，微博红包雨引爆品牌全国影响力



下拉后传送至红包雨



点击动态红包雨抢红包



中奖结果私信推送提示

在大年夜 (2/15)  
晚上春晚播出时间20:00-20:30  
通过传送门的形式  
出现沃尔沃**动画红包雨**



## 媒介&执行

### 阶段一内容：3. 50位地域博主发布百支**春节短视频**，形成重点城市影响力覆盖

将春节/春运相关内容与沃尔沃强关联绑定，创造100支《过年那些事》原生年味短视频，吸睛百万网友



(50位地域博主包括如：济南凡事/杭州微博城事/沈阳身边事/长沙头条/厦门身边事等)  
强势覆盖沃尔沃车型重点城市

## 媒介&执行

阶段一内容：3. 配合春运**高铁手机扫资源**，导流更多归乡网友参与抢红包互动





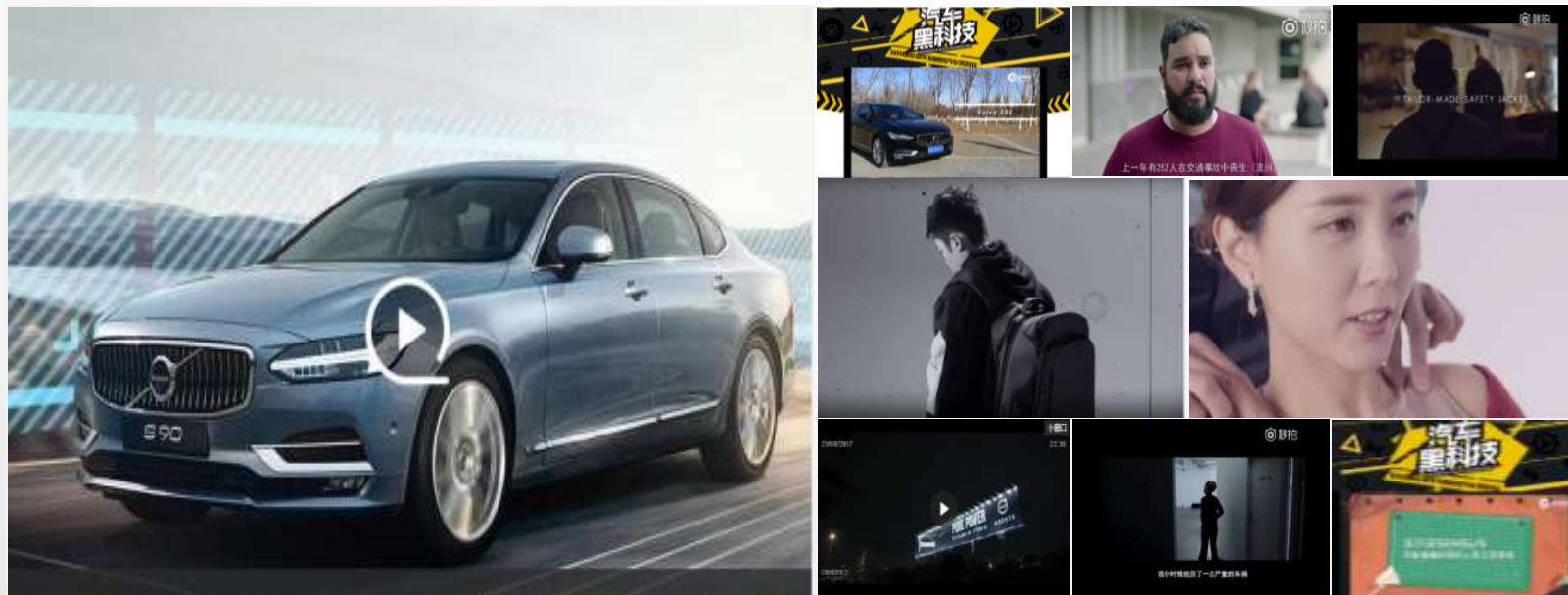
媒介&执行



创意阶段二：内容定制原生营销

沃尔沃S90#轮上马拉松#——行驶在人性的科技路

8支原生短视频延续视频红包热潮，用内容为沃尔沃S90车型人性科技证言





## 媒介&执行

阶段二内容：1. **科技短视频**+**品牌短视频**+**病毒短视频**，形成移动化观看口碑发酵

### 2支汽车科技短视频

结合《汽车黑科技》原生栏目定制沃尔沃车型挑战，解读豪华品牌旗舰安全



### 4支沃尔沃品牌短视频

围绕沃尔沃安全理念、人性理念，阐述品牌整体战略布局



### 2支原生病毒短视频

《抢车位》&《我是女王》两支定制短片，用泛娱乐的视角解读车型性能



媒介&执行



创意阶段三：达人体验O2O营销

沃尔沃S90#轮上马拉松#——行驶在开春的城市体验路

2位跨界达人畅游4城，驾乘沃尔沃S90在城市文化中体验车型魅力



德籍文化达人  
@阿福Thomas

【上海-杭州】起跑  
欧式幽默#轮上马拉松#



文艺作家达人  
@仲尼Johnny

【宁波-温州】接力  
文艺唯美#轮上马拉松#



## 媒介&执行

## 阶段三内容：城市文化旅产出**原生视频**+**体验游记**，盛大收官#轮上马拉松#活动

动静皆宜地总结活动亮点，为#轮上马拉松#画下圆满句点

### 2支浓厚文化内容的城市旅视频



### 2篇行程亮点满载的游记文章

#### 一个德国人与轮上马拉松的情缘

2018-05-21 14:11:40 新浪汽车  
 66 一个德国人与轮上马拉松的情缘

生活在新时代的我们，每天都在享受着飞速发展的科技带给我们的便利，我们脚下所走的道路，衣食住行，吃喝玩乐，都可以用一部手机，一个APP



#### 邂逅安全感满分的暖男——沃尔沃S90宁波游记

2018-05-22 17:12:40 新浪汽车  
 66 沃尔沃S90宁波游记，邂逅安全感满分的暖男——沃尔沃S90宁波游记

作为沃尔沃S90车主的一员，最近在网上看到了一篇关于沃尔沃S90的游记，内容非常精彩，让我受益匪浅，忍不住分享给大家，希望对你们有所帮助。整个旅程非常顺利，沃尔沃S90给了我满满的



## 效果&反馈

### 话题阅读数：创造**4亿**量级阅读量，近**2百万**讨论量



### #轮上马拉松#

- 带#轮上马拉松#话题微博的评论次数：22,234
- 带#轮上马拉松#话题微博的转发次数：48,236
- 带#轮上马拉松#话题微博的点赞次数：51,345

### 话题阅读数累计：**4.2亿** 话题讨论数累计：**180.3万**

### 创造超过**169万条**#轮上马拉松#微博，超过**12万**网友疯狂转评赞 形成**沃尔沃#轮上马拉松#**社交热



效果&反馈

红包互动数：创造近750万人次网友疯抢红包



品牌视频总播放数：  
**599万次**

品牌前贴总播放次数：  
**45,961,684次**



总中奖次数：**7,499,172**

中现金次数：1,499,952

中卡券次数：2,000,000

活动期间品牌视频播放量达**599万** 品牌红包互动次数达**749万**

## 效果&反馈

### 传播舆情效果：活动带给品牌跨月的持续高关注度

对比合作前，沃尔沃整体声量呈大幅上升趋势，并从春节期间始终保持高声量逾2个月：

- 第一个高峰区（2/1-2/20）：让红包飞活动，配合#轮上马拉松#话题，创造了沃尔沃品牌**高互动**
- 第二个高峰区（3月整个月）：达人线下行等内容配合硬广，为话题持续创造**高阅读量**



注：数据统计时间2017.10 - 2018.3  
总阅读量指统计所有用户的相关品牌博文的阅读数

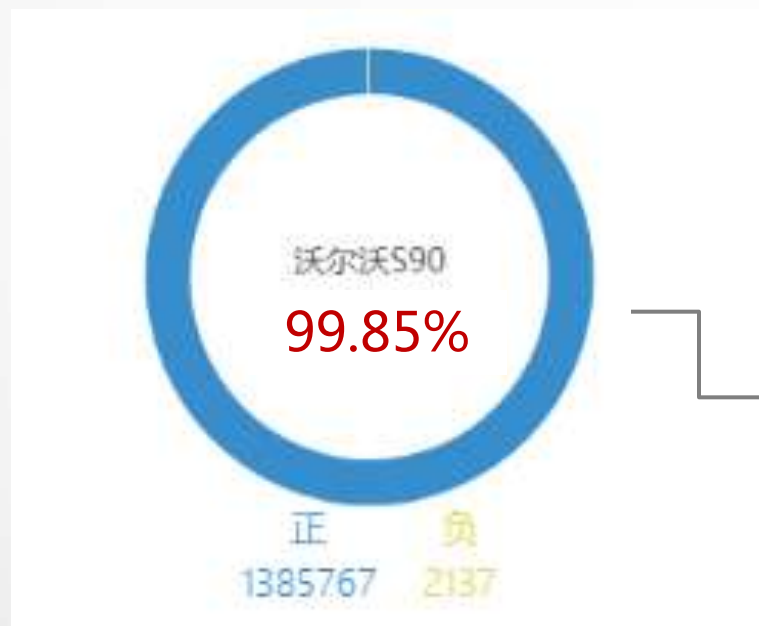


沃尔沃S90总阅读量  
1525105848

## 效果&反馈

### 传播舆情效果：活动收获网友近乎百分百正面口碑评价

通过#轮上马拉松#合作,沃尔沃在微博网民声量呈**压倒性好评**  
 正面评价内容占比**近100%**,合作更稳固了沃尔沃车型的口碑



#### 网友评价内容方向 Top 5


- Top1.#轮上马拉松#人生就像一场马拉松(19%)
- Top2.跟着我左手右手一起抽红包(11%)
- Top3.体验曾厝垵科技与文化的结合(6%)
- Top4.老彭友一见面 就要联手搞事情(6%)
- Top5.#轮上马拉松#的旅途还在继续(6%)

## 效果&反馈





# # 轮上马拉松 # 收获亿万声量总传播效果





 **话题**：创造#轮上马拉松#话题总阅读声量超过**4.2亿**，话题讨论数**180.3万**

 **潜客**：共收集到有效销售线索信息超过**1.2万**

 **让红包飞**：创造**4.6亿**沃尔沃品牌曝光，红包互动数近**750万**

 **官微**：沃尔沃品牌官微增粉超**100万**，增长量达近**2倍**！

 **短视频**：8支短视频共创造**962万**播放量

 **大账号**：**31位**自媒体大号助推，激发超**14万**转评赞互动

 **广告曝光**：曝光总量达**4.84亿**，点击完成率超**1.6倍**！

