

优信二手车春晚短视频微博营销

- ◆ **广告主:** 优信二手车
- ◆ **所属行业:** 互联网
- ◆ **执行时间:** 2018.01.29-03.02
- ◆ **参选类别:** 短视频营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

http://www.iqiyi.com/w_19s09heh6p.html

或者

扫一扫看视频



中国领先的二手车网上交易平台——优信二手车，在2018年开年**签约莱昂纳多作为代言人**，不仅要通过巨星代言人提升品牌形象，更传递优信注重品质及倡导可持续发展的品牌理念。

优信需要广泛、有力的媒介形式将新的代言人、广告片宣传出去。代言人宣布的节点临近春节期间，央视春晚是最大的IP，而**微博作为央视春晚新媒体独家合作平台**，又拥有大量段子手和KOL对春晚节目进行再传播、再创作，优信和**春晚短视频**的合作应运而生。





- 借助代言人的影响力，将优信注重品质及倡导可持续发展的品牌理念根植于广大消费者心中，让二手车消费成为一种潮流的生活方式；
- 借势春晚，通过微博平台，实现品牌曝光+声量双赢，提升品牌认知升级。

春晚短视频 海量借势

通过春晚短视频前贴片、角标、字幕条等形式将代言人，品牌信息与内容巧妙融合

明星大V 矩阵传播

通过明星微博、媒体蓝V、KOL的主动传播覆盖海量的粉丝群体

官微连续发布悬念海报引发用户关注

神秘海报吊足胃口



官微发声

周三见, 引发用户好奇。



微博网友积极评论 评论区被大V攻陷

官微联合众蓝V发布相关话题

迅速引爆全网声量为后续传播铺垫。



官微发起话题
#我才刚热身#、#我也得签国际巨星#



众蓝V发布话题同时宣布优信签约莱昂纳多

群星开屏为春晚活动主页预热引流



借势春晚 优信短视频前贴片实现海量曝光



前贴片总曝光量：1,140,000,000

达到预期：228%

春晚期间不同领域账号发布的海量短视频内容均出现优信推广素材，实现了品牌最大程度曝光的同时，覆盖了多领域用户，实现了粉丝的深度触达。

优信短视频前贴片登陆明星博文



众明星拜年短视频前贴均出现优信推广内容，成功实现明星粉丝覆盖。

蓝V、黄V为品牌传播站台 触达多领域用户



央视春晚蓝V



东方卫视蓝V



资深影评人博文



微博CEO博文

微博账号矩阵为品牌传播助力



粉丝量：2,504,547



粉丝量：1,413,533

@微博电视、@微博综艺发布海量春晚短视频节目，实现优信推广素材海量曝光。

借势春晚 优信短视频角标、字幕条实现海量曝光



角标总曝光量：9.78亿

总点击量：104,677

字幕条总曝光量：9.78亿

总点击量：100,458

角标、字幕条均超出平均数点击率

优信角标、字幕条 登陆明星短视频博文



众明星拜年短视频均出现优信推广内容（角标展示0-15s，字幕条全程展示），成功实现明星粉丝覆盖。

微博账号矩阵为品牌传播助力



粉丝量：2,504,547



粉丝量：1,413,533

微博电视、微博综艺发布海量春晚短视频节目，为众多蓝V、明星、KOL提供版权短视频素材，最终实现优信推广素材海量曝光。

蓝V、黄V为品牌传播站台 触达多领域用户



2.12 亿

春晚期间网友讨论次数
2.12亿讨论数·相当于全中国
每6人就有一人参与过讨论

3400 条

春晚原创版权短视频数
伴随版权 / 原创视频数量激增·品牌合
作权益实现了最大化体现

11.4 亿

春晚短视频播放量
相当于每个微博用户都看过优信的视频广告3
次

759 万+

春晚短视频微博数量
原发、转发内容均带有优信贴片

对于品牌春晚期间霸屏微博网友持续热评



优信借助莱昂纳多高人气，成功将广告体验最大程度优化降低疯狂刷屏的反感。真正意义上实现了大曝光与大声量的品牌传播效果。

推广效果

此次优信在新浪微博上投放的Campaign主要帮助优信品牌**提升了认知度**。

同时，推广活动对优信品牌喜爱度、使用意愿及推荐意愿也有一定提升。



