

“全新福特翼搏能装多少位SNH48” 移动营销

- ◆ 广告主: 长安福特
- ◆ 所属行业: 汽车
- ◆ 执行时间: 2017.09.20-10.11
- ◆ 参选类别: 创意H5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
<https://v.qq.com/x/page/f0706v0hun4.html>

或者
扫一扫看视频



SNH48 为梦出发 放手翼搏



- 为新车上市吸引来众多关注。邀请当下年轻人最为关注的偶像女团SNH48，以“福特新款翼搏能装下SNH48女团”为营销焦点创意展现新款福特翼搏超凡的车内空间。借助女团的影响力，使品牌车型兼具话题性。



- 背景:

新款福特翼搏上市在即，对于喜好结伴出行的都市年轻人，车内空间才是其选择运动型及多用途汽车的重要考量。如何通过营销手段，将福特翼搏这一优势有效传达到目标用户是广告主的迫切需求。

- 目标:

全面覆盖包括汽车消费人群、SNH48女团粉丝群以及游戏玩家、旅行达人等在内的多圈层受众目标，将新款福特翼搏的品牌特性植入人心，更提升了年轻群体对品牌的好感度。



全新福特翼首次将合资品牌小型SUV的售价下探到7万元价格，

即便是刚参加工作的年轻人，两年收入也能买到，堪称“价格最低的合资SUV”。为都市青年的“量身打造”不仅仅体现在了产品当中，长安福特还将其带到了营销传播中，这一次的神秘朋友圈互动广告就是很好的体现。



- **一条神秘朋友圈“你猜，福特翼博能装下多少SNH48”引发社群骚动与关注，吸引朋友圈眼球，高效展现车型卖点。依靠这种“神秘”的转发和游戏的高度趣味性，这则广告达到了“一传十，十传百”的裂变式增殖效果。基于朋友圈大数据分析，精准投放了具有神秘感的微信朋友圈广告外层病毒视频，制造悬念并引发关注。**

2



15



以“福特新款翼搏能装下SNH48女团”为营销焦点，联手搜狐平台，利用微信短视频及H5互动游戏制造悬念，创意展现新款福特翼搏超凡的车内空间。同时，借助女团的影响力与微信朋友圈精准投放，激发年轻用户广泛讨论，使传播兼具话题性。



点击朋友圈链接进入H5，在点击“放手翼搏”按钮后进入互动页面，15个美眉的头像会在屏幕中轮流展现，而下方展示的是新款福特翼搏车身。体验者在规定的20秒内，通过触摸女团头像并拖动至车内，看谁的“入车”人数最多，即是成功。借助这款小游戏，可以激发体验者多次挑战，或邀请微信朋友圈好友一同PK。



扫描二维码
查看案例创意H5

深度评测

《小型SUV大作为 全新一代翼搏试驾评测》

内容规划：详细解析新车**空间亮点**，针对于**驾驶感受、操控**以及**驾控相关配置**做出**系统性介绍**。简述新车外观、内饰以及乘坐空间。



热点抓取

《厉害了全新福特翼搏》

内容规划：**全面围绕近期热点**从外观设计、内饰、内部配置以及动力系统，突出福特新翼搏产品优势，强化卖点，让话题热度持续不断。

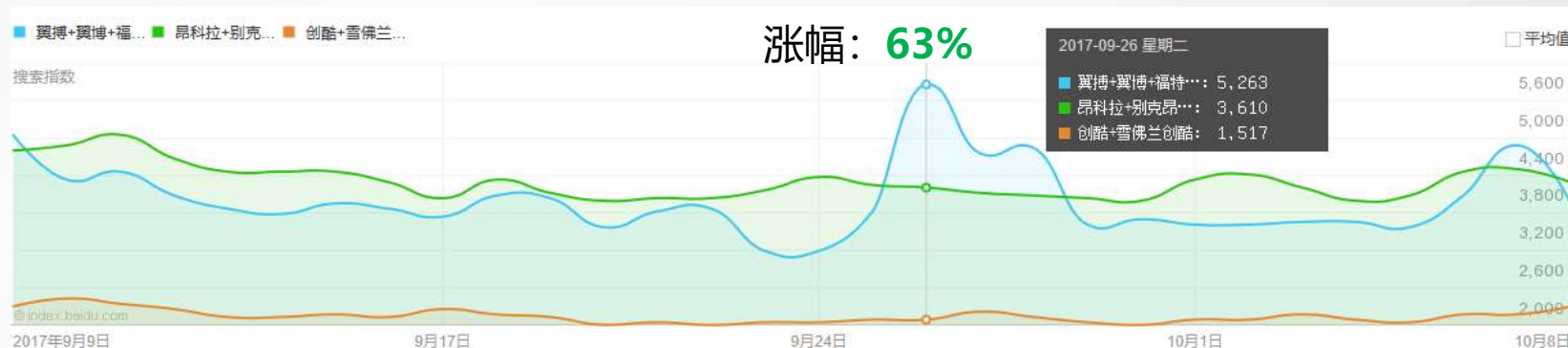


创意画面



效果概况

- ✓ 百度指数涨幅63%, 微信指数涨幅15,991%
- ✓ 效果成本方面: 本次花费600万元, 总曝光1.37亿, 总点击474.93万次, Leads数5,577个; CPM 43.78元, CPC 1.26元, CPL 1,076元
- ✓ 新增粉丝: 通过本次投放, 翼搏微信公众账号粉丝数增加19,897人



- 137,062,445**
广告曝光次数
- 60,067,904**
触达用户总数
- 12.45**
用户平均停留秒数
- 5%**
总互动点击率

销量提升：2017年9-10月的总销量较7-8月总销量上升20%，10月销量较9月上升27%。

| Jan. | Feb. | Mar. | Apr. | May. | Jun. | Jul. | Aug. |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 2,392 | 1,688 | 2,237 | 1,952 | 2,094 | 2,540 | 2,720 | 2,281 |

| Sep. | Oct. |
|---------|---------|
| 2,645 ↑ | 3,357 ↑ |