

## 东风启辰 T60 《智趣玩咖大 Fun 驾》

广告主：东风启辰

所属行业：汽车行业

执行时间：2018.11.19-12.31

参选类别：数字媒体整合类

### 营销背景

**背景：**东风启辰首款全面呈现智趣科技的里程碑产品-T60 将于 2018 年 11 月上市，车型定位高品质智趣小型 SUV，是国内首款实现车家互控的汽车产品。如何在竞争激烈的小型 SUV 市场上后发制人，迅速打开车型关注度，切实向目标用户渗透“车家互联”产品优势价值并获得用户对产品价值的认可，成为本次项目核心课题。

**挑战：**各品牌营销传播信息繁杂，且用户阅读时间碎片化，单点单向的传播内容难以高效捕获用户关注。同时 T60 “车家互联”核心产品利益点难以通过图文、视频等常规垂直媒体专业化内容使用户得以真实感知。

### 营销目标

- 1、借新车上市之势，助力启辰品牌形象向智趣升级。
- 2、多维内容持续露出，迅速打开新车市场知名度，实现产品价值认知。

### 策略与创意

**策略：**以明星+汽车玩咖+跨界 KOL+辰粉共 101 位组成智趣玩咖矩阵，为启辰 T60 发声；百咖众测体验定制，持续输出娱乐化+专业化+用户化多维口碑内容，造就新车上市口碑营销最强音！

- 1、玩咖集合，全面造势：流量明星领衔 KOL 输出活动预热海报&打 call 小视频，提升舆论热度。PC&WAP 端专题承载活动信息，吸引潜客参与活动。
- 2、明星直播，活动引爆：明星助阵试驾直播，实时趣评启辰 T60 新车亮点，引爆活动声量。
- 3、跨界阵容，价值深测：汽车界大咖&跨界 KOL 组成趣评阵容，以专业&趣味角度深挖 T60 产品价值。
- 4、全民参与，口碑辐射：车主/潜客各种用车场景深度体验启辰 T60，众测图文报告持续露出。

**创意：**

根据车型“高品质智趣 SUV”产品定位，贴合 90 后新生代智活族目标人群“会玩”特性，打造核心传播创意“智趣玩咖大 Fun 驾”



## 执行过程/媒体表现

### 1、玩咖集合，全面造势

明星&众大咖为活动预热，产出玩咖海报&活动打call小视频



视频合集地址: <https://flv.bitauto.com/2018/11/26/ad26.mp4>

东风启辰双官微+易车网+大咖微博组成立体传播矩阵, 增强曝光效果。



活动专题

PC 端链接: [https://www.bitauto.com/topics/adtopic/T60\\_181119/](https://www.bitauto.com/topics/adtopic/T60_181119/)

M 端链接: [https://www.bitauto.com/topics/adtopic/T60\\_181119\\_m/](https://www.bitauto.com/topics/adtopic/T60_181119_m/)

## 2、明星直播, 活动引爆

直播试驾实况, 实时趣评启辰 T60 新车亮点, 增强网友互动。花椒直播、一直播等多平台直播引爆关注。

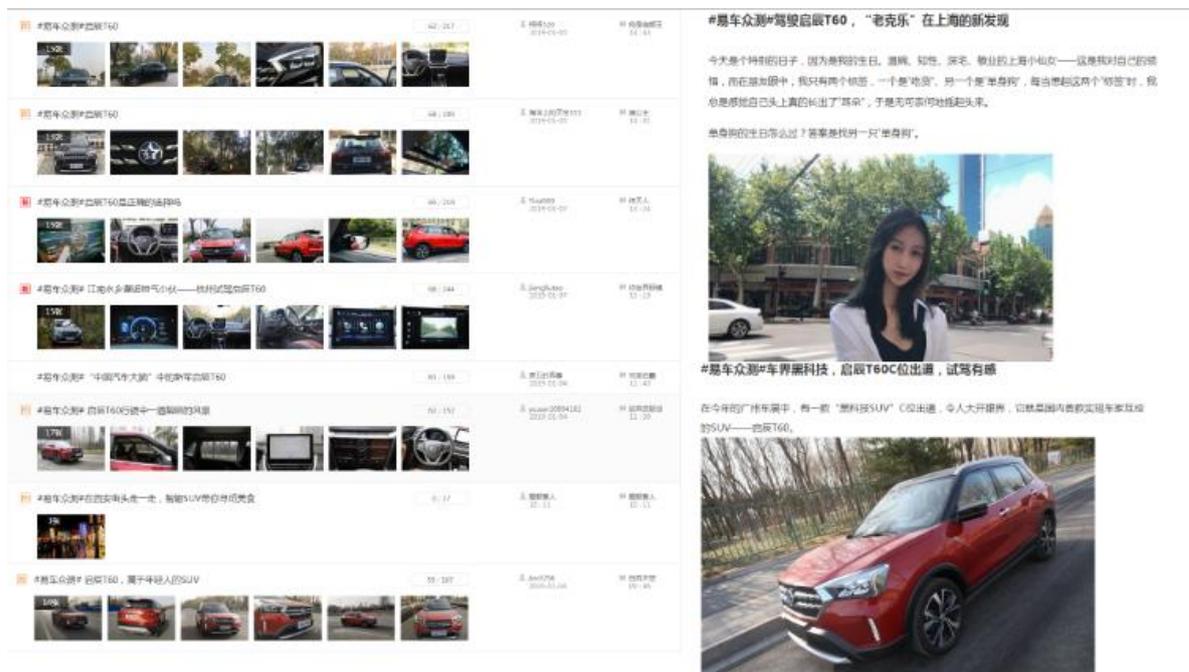






#### 4. 全民参与，口碑辐射

车主/潜在客户各种用车场景深度体验启辰 T60，众测图文报告持续露出，长效渗透产品价值。



### 营销效果与市场反馈

#### 营销效果

整体活动获得 5.3 亿+次曝光，360 万+次点击，4695 次留资，共招募 422 名网友参与活动。

明星直播视频，3 个直播平台联动，获得 317 万观看人次，2454 条评论，23964 个赞。

网友众测体验后发布论坛帖 296 篇。

易车指数-T60 关注人数持续上升



### 市场反馈

东风启辰市场部公关科@祝贺：通过本次与易车的合作打响了启辰全新智趣 SUV T60 上市第一炮，市场反响很好，成功地将 T60 塑造成有颜有实力年轻新选择。

易车品牌营销事业部副总裁崔腾飞：创新用户体验活动定制，配以多平台传播矩阵扩散，本次智趣玩咖大 Fun 驾活动不仅为 T60 迅速打开市场，获得用户认可，同时成就了启辰品牌年度重磅级事件。

汽车垂直领域自媒体@老司机：明星引爆流量，专业&跨界 KOL 联合发声，迅速聚拢大众对车型的关注&兴趣，强强联手提高营销效率，成功地把启辰 T60 “年轻智趣 SUV” 标签植入用户心中，是一次有趣且有效的传播。