

## 宝沃汽车世界杯营销

广告主：宝沃汽车

所属行业：汽车业

执行时间：2018.04.01-07.31

参选类别：体育+数字营销类

### 营销背景

6月14日到7月16日，世界杯作为影响力最大的年度单项体育赛事，严格规范赞助商与非赞助商权益差别。宝沃作为非赞助商在规范条件下，针对该热点进行最大限度的品牌推广。

### 营销目标

此次营销活动以目标市场超过80%使用占比的社交媒体 Facebook 进行开展，锁定中东受众、辅以南美用户，目标在短期内大幅建构品牌认知度、车款知名度并收集客户名单。

### 策略与创意

我们选择通过社交媒体当做活动载体，优点是成本相对较低，能通过大数据精准触达并追踪数据。针对市场传播性结构分析，世界杯热点营销主分为两大阶段：预热期与活动期，并通过系列活动及帖文开展，于赛后延续热度。活动期间同步收集客户线索广告，帮助线下经销商进行转化。

**预热期** 六月正式比赛前，FIFA 官方一系列赛事宣传，宝沃线下店铺活动同时启动。我们借力使力，将足球及比赛规则元素结合主推车款，打造线上 APP 互动游戏，屏除枯燥帖文宣传车款模式，采趣味手法包装品牌及产品，帮助受众能通过游戏、有趣的方式与品牌产生互动，并达到情感连结。此外，以“游戏 X 社交”的策略，大幅增加好友分享的扩散力，形成病毒式传播。

**活动期** 世界杯开踢，结合 Facebook Frame 功能设计目标市场粉丝页专属头像相框，融合足球、国旗及车款元素，赛事期间邀请粉丝采用，帮助品牌代言宣传，以“热点+社交+话题”，使整体活动达到高潮。

世界杯开展两大线上活动，“宝沃足球先锋”、“宝沃我最型脸书相框活动”。

**宝沃足球先锋 APP** 活动设计将宝沃车款 BX5、BX7 结合足球规则，设置闯关游戏。



游戏首页：受众可选择任一款车型进行游戏



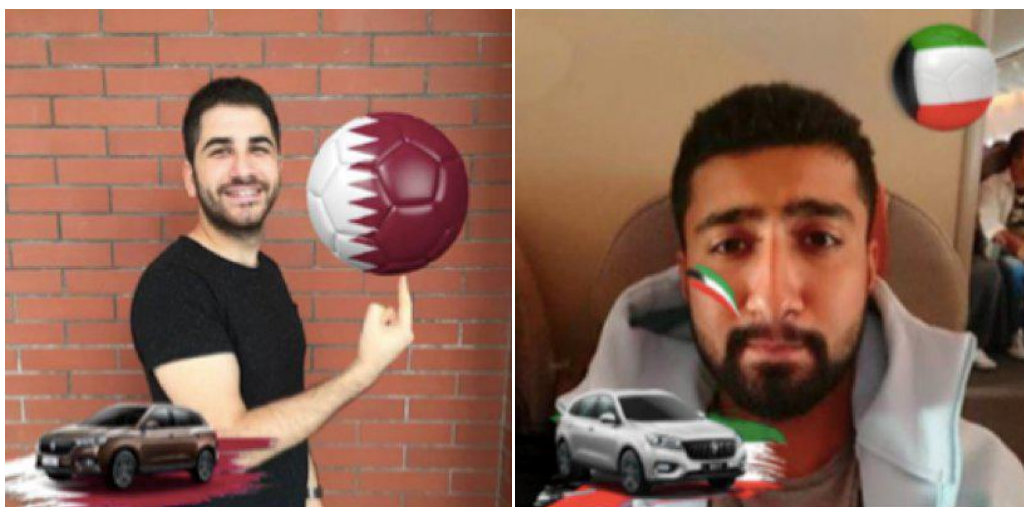
游戏界面：误触红黄牌扣分，触碰宝沃油箱加分，倒 10 秒游戏速度加快，触碰足球一次加大比分

宝沃足球先锋游戏示意视频

<https://v.qq.com/x/page/f077630qhck.html>

### 宝沃我最型脸书相框活动

活动采用 Facebook Frame 功能,针对中东四个目标市场设计专属世界杯相框,设计结合宝沃车款、国旗颜色的脸部彩绘。



头像示意图（图片为第一波活动机票得奖者）

活动期间，陆续推播帖文结合世界杯热点进行创意图片设计，推广品牌及产品功能。



## 执行过程/媒体表现

### 预热期：宝沃足球先锋 APP

四月中旬上线，分英语、西语两种版本，分别针对中东及南美市场，英文版游戏设置名单收集功能。赛后最高得分者赠送俄罗斯双人来回机票，机票得奖者旅游俄罗斯期间，定时上载美图、视频供宝沃品牌发布，创造线上粉丝后续互动。活动既为赛事预热，充分展示品牌车款，更提高粉丝的品牌好感度从而协助收集潜在客户线索广告。



活动得主旅游俄罗斯

### 活动期：宝沃我最型脸书相框活动

六月上线，延续第一波活动热潮，邀请对应粉丝页的受众于期间更换头像，创造趣味互动并提高品牌知名度。活动赠礼为购车券 1 千美金，借势世界杯刺激潜在用户参与，赛后选出的科威特得奖者更成功于线下购车款。



购车券得主线下购车

### 营销效果与市场反馈

围绕世界杯开展线上活动，达到借势宣传车款，提高品牌知名度目的，更协助收集客户线索广告进

行线下转化。本次活动我们借力使力，将社交媒体的三大特点发挥极致：

**互动性**：采用趣味游戏传播产品特点及品牌形象，并卷入用户深度参与，形成传播双向互动。

**社交性**：通过线上营销，结合热点话题，帮助用户能即时分享，结合社交属性的传播力，最终形成突破圈层的扩散效应。

**话题性**：以 FIFA 世界杯母题结合本身优势，打造社交圈话题。

最终通过广告优化及活动内容开展，成效超乎预期：

触及完成率 849%；互动完成率 121%；名单收集完成率 107%；增粉完成率 119%；相框活动得奖者成功线下购车。