

## 广汽三菱 “世界杯追光之旅，9000 公里寻人赴约”

广告主：广汽三菱

所属行业：汽车交通类

执行时间：2018.05.10-07.04

参选类别：体育+数字营销类

### 营销背景

#### 背景介绍：

1、足球作为世界第一运动，得球迷者得天下。2018 世界杯成为年度最高流量 IP，广大球迷作为各大汽车厂商的重要潜在客户。《nielsen sports》发布的 2018 年世界足球报告显示，中国球迷人数达到 1.87 亿。

2、年轻品牌围绕“产品力”借势反哺“品牌力”。2012 年创立至今，在产品力方面，不断提升全产业链能力以实现“内功修炼”。作为一个成立仅 6 年的年轻车企，在 2017-2018 车市寒冬，实现了 24 个月的持续增长。随着产品实力的提升，通过“外功释放”持续输出营销声量形成品牌沉淀。

#### 困境及挑战：

- 1、品牌营销存在“波峰流量干扰”，各大行业世界杯营销扎堆，关注度容量被多方瓜分；
- 2、品牌传播缺乏“围观受众基础”，竞品拥有球星球队合作加持，广汽三菱未有足球事项合作。

### 营销目标

广汽三菱品牌营销需求，非单纯的品牌声量扩散以及品牌形象的建立。希望借势世界杯热点，与竞品争抢 2018 世界杯营销声量的同时，实现“品牌认知+产品教育”的双赢，达到“用户情感沉淀”的阶段目标。

### 策略与创意

#### 策略亮点：

足球不是一个人的运动，世界杯是一群人的狂欢。对足球的热爱不只是因为运动本身，更是因为足球纪录“那些时光和人”，所以我们才更热爱；

四年，世界杯惯性轮回，时光与人成为情感痛点。以“足球寻人”为营销线索，让品牌化身一位具有温度的故事叙述者，发起一场自驾 9000 公里赴约的“世界杯追光之旅”，有效整合“品牌认知+产品教育”。

## 创意亮点:

亮点一：区别体育营销常规的“热血激情式营销”，从微观角度洞察广大球迷“走心”的一面。每一届世界杯更替，代表着四年人与事的变更，世界杯是一种回忆仪式，收录着球迷的足球往事。

亮点二：刺激广大球迷的情感泪点，借助“足球寻人”再现足球岁月。将球迷往事经由沉浸式 H5 以及生活场景进行深度还原，激活围观受众“留资+留心”；

亮点三：品牌以球迷第一视角，打造“横跨两国八城”的疯狂事件。驾驶明星车型“欧蓝德&劲炫”由中国-满洲里出发边走边播，长途跋涉 9000 公里抵达俄罗斯-莫斯科，奔赴世界杯决赛之约。

## 执行过程/媒体表现

### 阶段一：情感痛点引爆，UGC 内容发散

对足球的热爱不只是因为运动本身，更是因为足球纪录“那些时光和人”，所以我们才更热爱。借助“故事寻人”激活，线上故事型 H5 搭配线下地铁场景，结合“追光之旅直通俄罗斯”有奖互动，实现“留资+留心”。

1、沉浸式 H5 从亲情、友情、爱情三大场景还原足球时光，寻找足球的那些时光那些人，引导受众留下“寻人故事”。活动收获大量留言，包含怀旧、逗趣、热血、伤感等等，在用户的分享中让品牌收获专属于用户的情感信赖。

(H5 链接：[http://s.auto.163.com/web/20180507\\_sanling/index.html](http://s.auto.163.com/web/20180507_sanling/index.html))





2、通过故事场景物化赋予交互媒介独特内涵。承接 H5 故事的激活，将寻人故事文案进行地铁布展，打造广汽三菱世界杯“寻人列车”，贴热内容内容入选【CN 广告网资讯】等营销行业 KOL 世界杯热点集锦。



## 阶段二：态度事件落地，内容数字化呈现

足球世界杯决赛现场是球迷的足球圣地。借助阶段一“追光之旅”情感激活的流量，品牌邀约达人自驾 9000 公里前往决赛现场，跨过高山和大河，用车轮丈量世界。横跨中俄两国八城，以第一视角纪录，输出“6 场实时直播+6 条纪录短视频+6 篇深度游记”，形成品牌的故事记忆点。

(品牌专题链接：[http://s.auto.163.com/web/20180531\\_sanling/index.html](http://s.auto.163.com/web/20180531_sanling/index.html))



## 阶段三：优质内容覆盖，受众持续教育

旅行是一种态度，情绪会相互感染。借助旅游媒介扩散优质内容，广汽三菱推出自驾游记线上专题。用旅行生活视角展现品牌的品质感和实用性，强化品牌产品的场景教育。

(品牌游记链接：<http://travel.163.com/special/russian/#p=DL94011313300006NOS>)



## 俄罗斯激情之旅



### 跨越俄罗斯 探寻大国密码

2018年的夏天，最期待的应该就是俄罗斯世界杯了，在俄罗斯这片广袤神奇的土地，有数不尽的美景、美食和美女。一路自驾横跨俄罗斯，不仅仅是对车的性能是一个考验，同时也让我们看到别人看不到的风情，享受多面俄罗斯。



### 带你零距离感受体育激情

一定要说这次旅行的主题的话，那我想就是追光，追忆旧时光同时又随着广汽三菱去打卡俄罗斯新模样，静享美好时光。【来感受世界杯激情】



### 找寻世界杯独特元素

从傲气的叶卡捷琳堡到神秘的喀山，从温柔的下诺夫哥罗德到小清新的弗拉基米尔，从狂热的雅罗斯拉夫尔到活力的莫斯科，我们追寻着世界杯的脚步，探索俄罗斯最特别的秘密。

## 隐藏在自然中最纯真的俄罗斯

## 营销效果与市场反馈

整体营销效果受到客户高度好评，为品牌世界杯营销实现用户口碑以及产品教育的双赢。

以下数据来自国内知名媒体：

- 1、场景故事预热 H5 传播 PV 合计 811.3 万；
- 2、自驾游记阅读量合计 246.4 万；
- 3、直播+视频类播放总量共计 3288.9 万；
- 4、外围稿件阅读量共计 281.5 万，1 篇微信达到 10 万+；
- 5、品牌事件获得现场路人“抖音”自发传播达到 53.4 万播放量，签名现场国外媒体现场拍摄。

(数据来源：网易新闻客户端、抖音平台等监测统计)

