

东风悦达起亚#世界杯大赢家#社交营销

广告主：东风悦达起亚

所属行业：汽车

执行时间：2018.05.21-07.20

参选类别：社会化营销类

营销背景

东风悦达起亚作为 2018 年俄罗斯世界杯六大官方合作伙伴中唯一汽车企业，希望借世界杯这一全球体育热点，放大官方合作伙伴身份，带动品牌调性进一步提升。

营销挑战：

- 1、世界杯作为车企营销必争之地，如何帮助东风悦达起亚品牌突出重围，实现品牌长线曝光？
- 2、如何利用消费者参与意愿强烈时机，抢夺用户注意力，实现与目标 TA 的有效沟通与转化？

营销目标

- 1、东风悦达起亚希望借世界杯这一全球体育热点，放大官方合作伙伴身份，带动品牌调性进一步提升。
- 2、提高新一代智跑车型曝光度，促进销售转化。

策略与创意

新浪通过大数据洞察世界杯人群画像，基于球迷及泛球迷对世界杯的强兴趣点，发动新浪+微博世界杯营销双平台引擎，打造社交问答竞猜主题活动“世界杯大赢家，逐鹿俄罗斯”。

1、互动竞猜，品牌植入：

锁定世界杯赛事开始前及世界杯期间两个阶段最具热度的两个阶段网友兴趣点，打造趣味问答竞猜，提升网友参与热情及互动粘性，同时品牌与车型植入其中。

2、强势资源，品牌曝光：

联动新浪微博、新浪新闻、新浪体育三大平台传播，覆盖娱乐，新闻及体育三大兴趣人群，实现品牌曝光及人群深度沟通。

执行过程/媒体表现

1、三大互动亮点设计，针对资深球迷与泛球迷兴趣打造东风悦达起亚世界杯专属互动。

Step1—世界杯问答互动 (5.28-7.15)

趣味问答互动抢占赛前舆论热度助跑期，以全网对世界杯相关知识关注度逐步升温，带动活动热度自然上升，为竞猜互动预热。



Step2—世界杯竞猜互动 (6.14-7.15)

31天赛程期间，紧跟赛事节奏玩转竞猜互动，高粘性持续热点关注，掀起活动一波又一波高潮。



Step3—多样积分玩法

积分累积机制提升用户活跃度，积分奖励机制促进销售转化，丰富玩法缔造长效性互动游戏。

五种额外积分获得方式，丰富积分机制玩法，增强粘性并促进转化



2、新浪微博+新浪新闻+新浪体育三大平台联动，多端资源整合，实现活动曝光无缝衔接。

(1) 社会化资源：#世界杯大赢家#原生话题定制、体育/娱乐/资讯/游戏/汽车五大领域 KOL 联合推广、微博私信、话题榜单推荐等引发万千网友关注。



(2) 优质硬广：新浪微博+新浪新闻+新浪体育三大平台优质资源，如开机、品牌速递、原生信息流等助力品牌大曝光。



(3) 运营支持：APP+WAP 多端资源入口全程运营为游戏导流。



营销效果与市场反馈

数据效果：

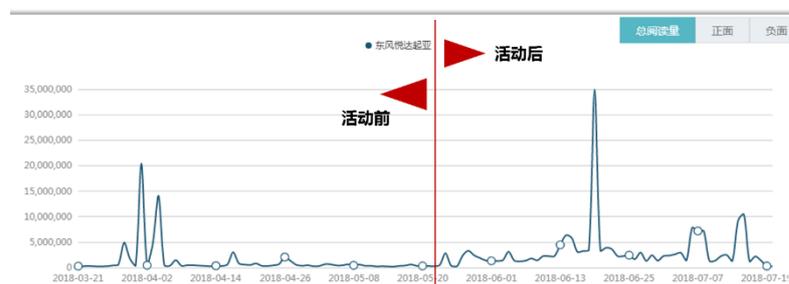
1、“世界杯大赢家”游戏互动机制展现出高粘性及高转化性。创造百万互动人次及上万销售线索收集，帮助东风悦达起亚品牌达成营销目标。

2、自主传播性互动+社交化传播引爆#世界杯大赢家#活动话题声量。截止目前话题阅读量已超 3.8 亿。

3、三大平台优质硬广带动东风悦达起亚品牌亿万曝光，用户浏览场景全覆盖，让东风悦达起亚品牌占据世界杯期间网友主视线。

品牌效果：

1、活动期间，东风悦达起亚品牌关键词整体阅读量同比增长了 155.6%，悦达起亚品牌影响力获得显著提升！



2、活动后，品牌关键词云“世界杯”相关词得到充分体现，实现东风悦达起亚与世界杯强关联！

