

长安福特翼虎 “带着微博去旅行”

广告主：长安福特翼虎

所属行业：汽车

执行时间：2018.08.09-11.28

参选类别：社会化营销类

营销背景

长安福特翼虎在 2018 年升级智行出行 2.0 系统，为目标消费者旅行体验升级；在继续强化品牌旅行基因的同时，更为热爱旅行的目标人群更增添智能、便捷的贴心出行体验。

营销目标

- 1、传递翼虎智行出行 2.0 系统升级的车型亮点
- 2、强化翼虎品牌旅行基因，提升品牌调性及影响力

策略与创意

2018 年新浪携手长安福特翼虎，在前期持续建设的旅行情境下，延续《带着微博去旅行》强 IP 合作，开启旅游体验 2.0 时代，聚焦“开启 AI 之旅 探寻旅行的意义”主题。

在以往的泛旅游主题沟通中，增加更能诠释品牌调性和车型亮点的定制内容，强化车型旅行基因的同时，增加目标 TA 对车型专业性能及使用场景的体验。通过品牌曝光、专属定制、专业背书及创新推广等形式助力品牌营销目标实现。

执行过程/媒体表现

将旅行热点与翼虎智能出行理念深度结合，从五个维度出发进行全方位品牌植入，进一步强化翼虎旅行基因。

- 1、全程曝光：长安福特翼虎品牌、车型元素绑定全部话题模块全程曝光



2、主题定制：结合两阶段传播主题，定制2个创意H5及3支病毒视频，生动传递翼虎车型精神。



3、创新媒介：创新非标入口专项支持，覆盖十一黄金周黄金时段传播，全流量覆盖微博网友，触达数亿人群。



为语义橱窗增加热点属性，圈层覆盖+热点词彩蛋预埋，为新福特翼虎的传播战役锁定胜局！

22个圈层KOL覆盖不同领域车主



4、情景植入：结合翼虎智能出行理念，定制3支创意视频。



5、传播升级：122位KOL发布翼虎品牌权益海报，且十一期间参与传播的KOL均猜中语义词触发语义橱窗，预计覆盖过亿粉丝！



营销效果与市场反馈

活动数据：

【专题】带翼虎的带微专题 PV 4928 万，UV 3910 万。

【带微话题】带旅相关话题总阅读量为 415 亿，增量为 168 亿；带旅相关话题总讨论量为 9007 万，增量为 3308 万；发布博文带相关话题词的明星共 719 个，大 V 共 59659 个，共触达粉丝 570,755,084。

【定制话题】阅读量为 16.3 亿，讨论量为 21.4 万；带#旅途中的神操作#话题词发布微博大 V 共 161 个，总粉丝量 19,416,522。

【KOL】发布病毒视频 KOL 数量 39 个，病毒视频播放量 958 万，发布翼虎权益海报 KOL 数量 122 个。

【Leads 数】H5 收集 Leads 数量 36,428，超预估 214%完成。

【创新媒介】语义橱窗曝光量达 21.7 亿；踩中语义词的知名明星+工作室+后援团共 60+，大 V 20024 个，共触达粉丝数 233,856,212 个。

【硬广】曝光数 295,177,927,超预估 133%完成；完成点击数 1,876,254，超预估 400%完成。

【增值效果】60+明星名人及明星工作室等账号主动触发语义橱窗，在庞大粉丝圈带来超强曝光！刘涛、张静初、景甜、武艺、王竟力、冯唐等 30+；王俊凯、彭于晏、蔡徐坤、杨幂、刘恺威、戚薇、阮经天、胡歌、华晨宇、毛不易、吴昕、黄景瑜、周渝民、杨宗纬、汪峰、艾热、邓伦、李宇春、吉克隽逸、霍建华、林依晨、陈晓等 30 多位明星工作室及后援团。