

全新一代宝来-#你就美去吧#社交营销

广告主：一汽大众

所属行业：汽车

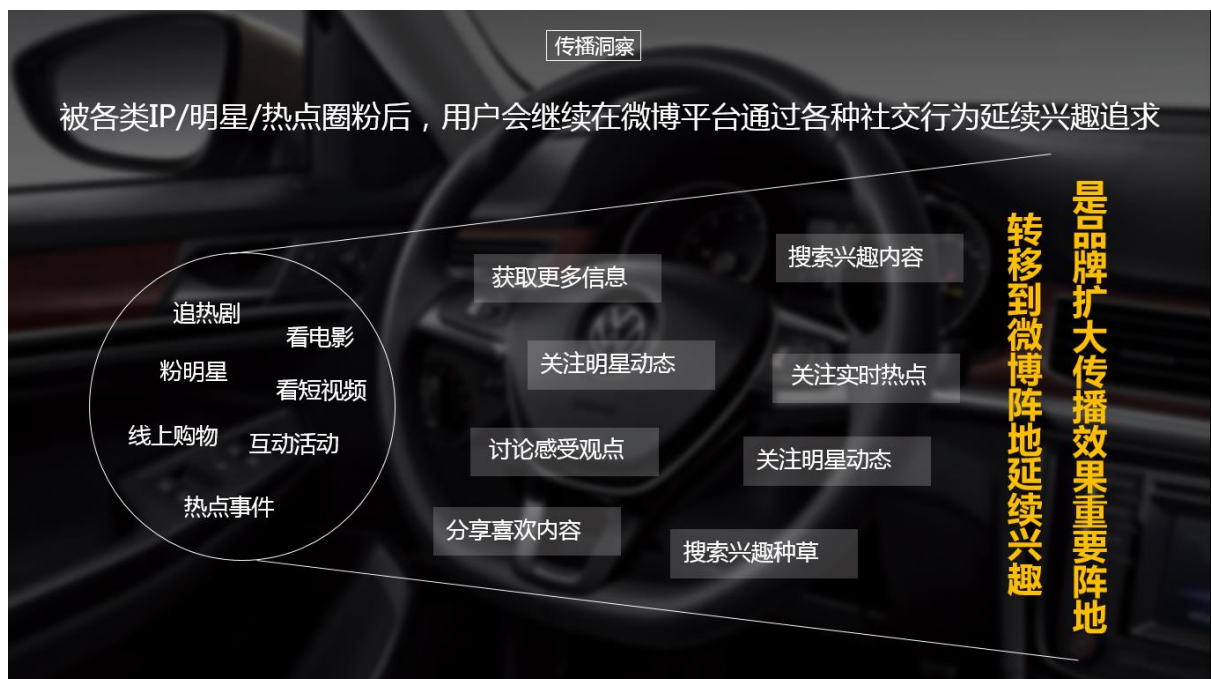
执行时间：2018.07.01-09.09

参选类别：社会化营销类

营销背景

一汽大众全新宝来上市，线上合作《真相吧!花花万物》综艺节目，线下打造车型快闪店，希望充分利用娱乐热点粉丝均会转移到微博阵地延续兴趣讨论的特点。

将微博作为品牌扩大传播效果重要阵地，利用综艺明星和 KOL 的意见领袖示范作用，配合热搜+话题实现热点在微博平台的爆发，深化品牌和热点的关联。



营销目标

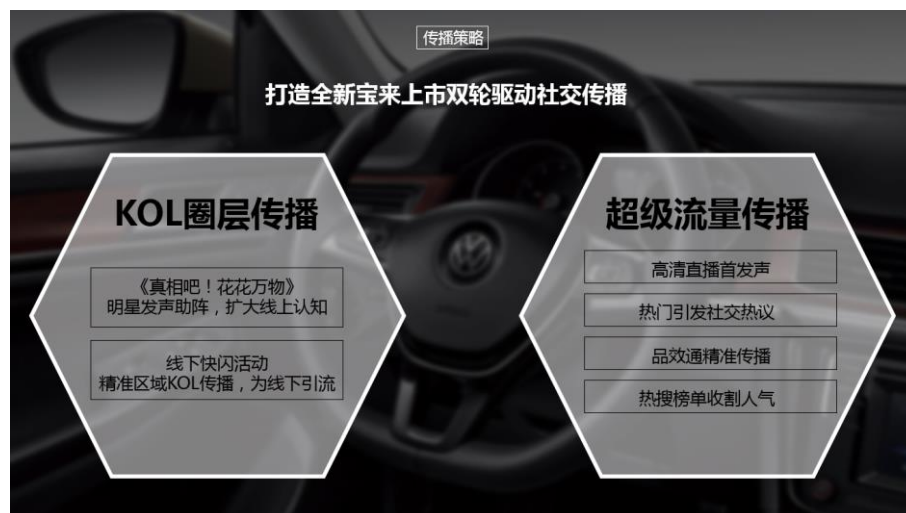
如何放大全新宝来合作项目在微博平台的声量，同时进一步深化年轻的品牌定位，是此次传播最主要的挑战。此次项目传播目标是：

- 1、提升声量：为上市活动和项目合作曝光造势，聚焦大众注意力；
- 2、深化调性：诠释品牌全新的活泼调性，赢得认知好感；
- 3、转化潜客：将综艺和线下快闪店的兴趣用户转化为宝来的兴趣用户。



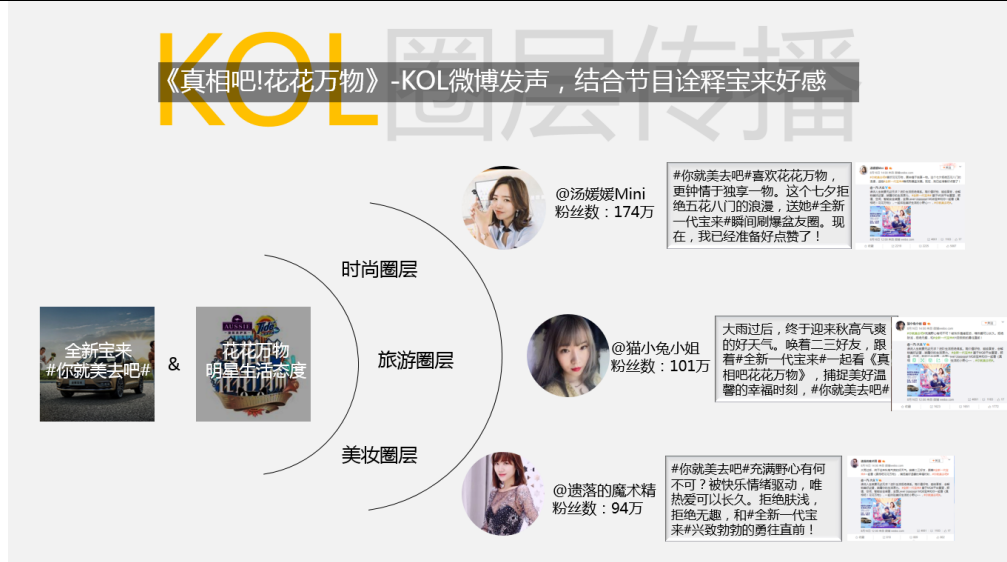
策略与创意

- 1、匹配平台与人群：**基于综艺节目粉丝，被 IP/明星/热点圈粉后，用户会继续在微博平台通过各种社交行为延续兴趣追求，因此在微博可以延续热点深化传播；
- 2、贴合人群设计话题：**集合宝来年轻的品牌调性和综艺兴趣人群偏好，建立话题#你就美去吧#，作为用户讨论阵地；
- 3、根据人群兴趣偏好圈定传播圈层：**通过对宝来品牌人群和节目粉丝的数据洞察，发现时尚、旅游和美妆是该人群突出偏好的兴趣领域，因此通过这三个圈层的 KOL 进行再传播，更有效的触达更多目标用户。



执行过程/媒体表现

- 1、借势综艺热点：**综艺节目《真相吧！花花万物》蔡康永+乔杉发博助阵，带动网友关注宝来，品牌内容置顶,第一时间吸引粉丝关注；
- 2、跨圈层 KOL 传播：**时尚、旅游、美妆三大圈层 KOL 微博发声，结合节目诠释宝来好感；



- 3、精准定向传播：**青岛+北京精准区域 KOL 传播带动粉丝热情，为线下快闪店引流；新浪汽车网红@车小浪 额外支持线下体验快闪店并产出 VLOG 视频；
- 4、新车直播聚焦用户：**新车发布会直播-聚焦社交用户目光，展示全新宝来焕新时刻；
- 5、热门话题引发讨论：**微博话题#你就美去吧#引爆热点事件引发网友热议沉淀品牌口碑。

营销效果与市场反馈

- 1、KOL 圈层传播：**收获超高互动量，高效带动粉丝转化，获得 2.6 万优质互动；
- 2、超级流量传播：**项目执行期间宝来品牌声量呈现上升趋势，合作期间总阅读量达到 4.38 亿，高度曝光品牌形象，提升宝来新车认知度；
- 3、精准人群传播：**精准定向汽车人群，信息流曝光：1127 万+，共收集销售线索：2882 个。

