

长安汽车短视频营销方案

广告主：长安汽车

所属行业：汽车

执行时间：2018.10.31-2018.11.02

参选类别：短视频营销类

营销背景

长安 CS35 作为长安汽车在 SUV 领域的首款车型，市场热度经久不衰。而最近上市发布的升级版长安 CS35PLUS 车型更是装载了智能车联系统，通过这种在科技互联技术层面的不断升级，长安 CS35PLUS 更加迎合了年轻消费人群，而在内容营销层面，长安汽车也希望迎合年轻用户的喜好，将智能、酷炫进行到底。为此，长安 CS35PLUS 在抖音发起了#天生爱社交 的话题挑战。

营销目标

在新车上市期间借助大流量平台抖音，进行强曝光及深度内容互动，最大范围为 CS35PLUS 新车上市造势，引发抖音用户关注该车型特有的社交特点-AI in Car-腾讯车联智能生态系统（以智能语音系统“小安”为核心），通过结合多种场景，如：生活、工作、娱乐等演绎“小安”强大的语音社交功能，以车载语音为纽带，构建新型“人车”关系。

策略与创意

营销策略：通过 KOL 引流+素人、经销商配合造势组合拳的形式，为长安汽车企业号发布的话题#天生爱社交#扩大曝光量。火星为长安汽车量身定制了一套抖音品牌营销方案，共计邀请 30 位达人+500 经销商集思众创，围绕着智能生态——“智能语音”这个核心卖点，进行多维度创意诠释和解读。

1、这是一次史无前例的品牌与经销商共舞的营销活动；

品牌掌控全局，结合短视频营销浪潮发起话题挑战，并联合散落在各地的经销商门店，聚全集团之力，共同推进。一来，可以让各地的经销商感受到品牌的决心，增强对品牌的认同感；二来，也让经销商能主动参与到此次新车上市的宣传中来，贡献智慧和创意（UGC 共创），更深刻地感受到了品牌活力和号召力。

2、拒绝围观，每一个经销商都可以代言品牌；

火星的加入，针对 500+ 区域经销商体系化的培训，降低了其参与短视频内容创意的门槛，在此活动机遇下，各地的自营人员不再是单纯的看客，而是在理论基础及技术加持下发挥自己的创造力，代表门店、代表企业的服务品质和价值承诺，站在用户面前，通过各自不同的视角，丰富品牌内涵。

3、着眼当地，让营销转化更落地；

各地经销商将视频内容进行本地化处理，结合当地受众内容偏好，运用方言、促销政策等来拉近与当地观众的距离，而抖音自带的 POI 技术可以让门店在发布视频的同时，独家专享唯一地址，以吸引大量本地潜在消费者，达到精准落地转化，形成营销闭环，打造强品牌生态。

执行过程/媒体表现

1、明确话题方向，用数据的力量智选达人

火星文化为长安汽车深度挖掘了目标 TA。他们以男性为主，年龄在 20-30 岁之间，希望拥有一辆与众不同的车，满足其个性及社交的需求，同时也关注安全、配置和操控性，注重驾驶乐趣。

在明确目标 TA 并制定了精准话题后，我们运用卡思数据智能筛选出与 TA 人群画像匹配的 KOL，综合这些 KOL 的内容关键词、传播力影响力、粉丝重合度等进行评估，选定出适合的 30 位 KOL，鼓励他们参与内容众创。

2、联合经销商全国范围联动，系统培训以提升其创作实力

对长安汽车全国范围内 500+经销商，6 大战区进行了为期三天的短视频业务培训，包括基础培训、创意指导、视频审核、疑难辅导等工作，以提升内容创作的质量。正因为火星这样的全程护航，使经销商产出了大量优质作品。

3、KOL+素人+经销商参与众创执行

第一阶段：30 支来自腰部、尾部 KOL 的创意视频率先上线，以红人的影响力迅速引爆话题，获取大量抖音流量，集中为话题导流；

第二阶段：100 支来自素人的视频次日紧跟发布，营造话题热议气氛，吸引普通用户参与；

第三阶段：500+经销商模仿接力，多点开花，将整体活动推向高潮。

来自腰部、尾部 KOL 众创视频案例



KOL : 小蘑菇 Lo1

案例描述 :女朋友突然的吃醋,原来只是因为和智能语音“小安”在较劲!因为小安太懂我!

72 小时数据效果 :播放 165w; 点赞 4.8w; 评论 949; 转发 591

<http://v.douyin.com/NeUK6B>



KOL : baby-J

案例描述 :他在车里到底是和谁在聊天呢?好像是个声音甜美的女孩,而且聊得还那么开心?

72 小时数据效果 :播放 143w; 点赞 2.1w; 评论 358; 转发 261

<http://v.douyin.com/NdJyma/>



KOL : 陈靖川

案例描述 小安 播放我最爱听的歌,召集我最好的兄弟,来一场速度与激情吧!

72 小时数据效果 :播放 132w; 点赞 2.5w; 评论 804; 转发 468

<http://v.douyin.com/NevDf1/>



KOL : 吴夏帆

案例描述 :你心底那有关告白的秘密歌单,让#小安#为你出说口,在私密的汽车空间里,爱在发酵

72 小时数据效果 :播放 106w; 点赞 4.2w; 评论 1062; 转发 549

<http://v.douyin.com/Ndj1QR/>

来自经销商的创意视频案例



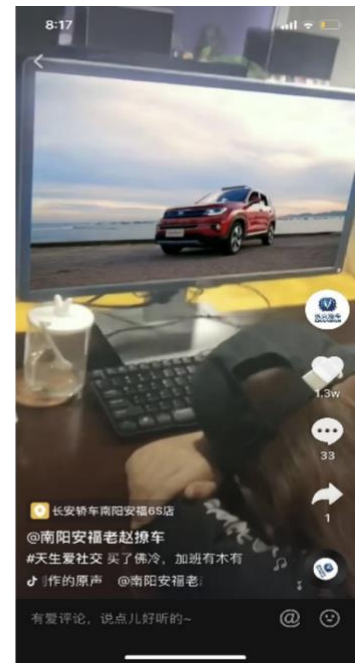
@汕头茂华长安 4S 店

点赞量 : 2.1w



@戈多

点赞量 : 3.9w



@南阳安福老赵擦车

点赞量 : 1.3w

营销效果与市场反馈

1、此次长安汽车抖音话题挑战赛最的一个**创新点是品牌方联合全国经销商共同众创**，让品牌宣传和经销商紧密连接，增加了经销商对于品牌的认同。

数据效果：话题总计讨论量 7000 万+

30 支 KOL 视频；3 天播放量 1849 万+，总点赞 40.3 万+，总转发 9159+

100 支素人视频里，最优秀的 20 支素人视频播放量 90 万

KPI 完成率：129%

2、从整体舆情统计结果上看，长安 CS35PLUS 车型及相关关键词的提及率为 3.3%，广告信息有效触达目标用户，评论用户的关注点主要集中在“这车能对话？”、“神奇的小安”、“太智能了”等，可见长安 CS35PLUS 的智能语音助手小安引发用户强烈关注，产品信息得到有效曝光。



信息来源：卡思数据

3、本轮传播，30 岁以下用户覆盖集中，与产品主年轻目标用户群体基本相符；

其中，广州、重庆、成都等城市用户占比较高，同时，合肥、青岛、南宁等二、三线城市的用户占比也相对较高，可见用户覆盖范围较广，产品信息得到有效渗透。