

北京汽车博物馆暑期热点营销 “汽车发烧友趴”

广告主：北京汽车博物馆

所属行业：博物馆

执行时间：2018.07.19-08.03

参选类别：互动类

营销背景

北京汽车博物馆北京汽车博物馆是我国唯一一家由政府主导建设的汽车类专题博物馆，建筑面积约 5 万平方米，拥有 80 余辆世界典藏的汽车展品。是集汽车博览、主题展览、汽车科普、汽车娱乐、学术交流等功能为一体的专题博物馆。

北京汽车博物馆传统的宣传模式较为单一，辐射面较小。

而正值暑期热潮，博物馆推出各类有趣的活动，需要更多样的传播方式进行宣传推广。



营销目标

借此次传播，扩大宣传面，采用多样化的营销方式为汽车博物馆带来更大的声量。

- 1、运用线上多平台的传播+线上直播活动，以互动的方式推广北京汽车博物馆暑期“小小训练营”活动、暑期亲子特别活动；
- 2、吸引更多消费者到馆；

3、提升北京汽车博物馆品牌调性。

策略与创意

洞察：

1、寓教于乐

博物馆内有 50 多项互动项目，暑期特设汽车教育活动，让孩子们在娱乐中学习知识。

2、亲子活动

亲子活动主要用户群为 3—12 年龄的孩子；自 2010 年“二胎”政策开放以来，儿童数量不断上升，预计 2020 年高达 2.61 亿。开启新市场。

3、年轻辣爸辣妈

在我国，80 后 90 后父母占整体比例 65%以上，这为我们的传播面奠定了良好的基础。

4、暑期热点

正值暑期热点，借势营销。

策略

基于对目标群体的洞察，本次传播采用“多传播形式+多传播平台+特色内容为主导”的传播策略。

1、多传播形式

采用年轻人喜欢的多种传播方式，动漫预热海报+在线直播+创意 H5+Vlog 短视频。

2、特色内容为主导

以汽车内容为特色、直播方式为特色，充分升级传播特色，传播人们喜闻乐见的内容。

执行过程/媒体表现

前期预热（7.19）——发布预热海报，微博矩阵合力转发

@最美工厂 原发“汽车发烧友趴”创意漫画海报、预热博文 12 个微博大号合力转发预热海报、博文。

中期引爆（7.20-8.31）——在线直播、媒体互动、微博矩阵转发

“汽车发烧友队”主题直播活动在线进行

@最美工厂 原发直播链接

@车小浪、@搞车大魔王等垂直自媒体参与直播并转发链接、蓝V矩阵转发直播链接。

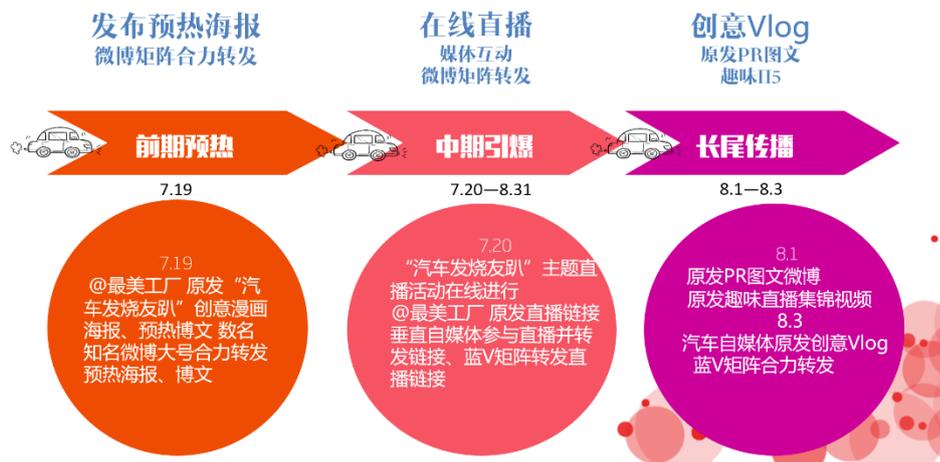
长尾传播 (8.1-8.3) ——原发 PR 图文、趣味 H5、创意 Vlog

原发 PR 图文微博

原发趣味直播集锦视频

车小浪、搞车大魔王 汽车自媒体原发创意 Vlog

蓝V矩阵合力转发



前期预热
7.19

预热博文阅读量高达5.7万次!

@最美工厂 原发“汽车发烧友队”创意漫画海报、预热博文

联合造势

7.19

垂直自媒体原文

大号矩阵合力传发创意漫画海报，垂直自媒体原创博文，引发网友广泛关注。

微博数据飙升

7.20至7.27

5921

3.6万

@最美工厂 微博原发直播链接，大号矩阵合力转发，引爆微博数据增长，直播微博达**阅读量41920+**。

长尾传播

8.1至8.3

阅读量6330

趣味Vlog

创意手账PR

短视频H5

@最美工厂 微博原发 最美直播间——暑期档特别篇“汽车发烧友队”Vlog、创意手账PR稿 微信端创意短视频H5，并引发大量转发

营销效果与市场反馈

本次传播联合众多大号、自媒体发布“汽车发烧友队”多元化传播素材。预热期打造超级主题声量，直播期间引爆观看数据，收获网友良好互动，彰显活动影响力；

1、微博数据巨幅飞升

联合众多大号联合发布多元化传播素材，

#汽车发烧友趴#

热度激增，博文阅读总量达到 134865 次；

2、强大阵容大号助力：12 个大号联合助力，8 个官方蓝 V、2 个金 V 垂直自媒体联合传播，引发 7920000+ 粉丝广泛关注。

3、直播热度居高不下

直播总观看量高达 56.4 万，获赞 37 万次，同时在线人数达到 3.7 万，登一直播附近榜第一，登上一直播热门榜。



@最美工厂 联合众多大号、自媒体发布“汽车发烧友趴”多元化传播素材。预热期打造超级主题声量，直播期间引爆观看数据，收获网友良好互动，彰显活动影响力；

105809次

微博数据巨幅飞升

@最美工厂 联合众多大号联合发布多元化传播素材，#汽车发烧友趴# 热度激增，博文阅读总量达到 105809次。

10+2个

强大阵容大号助力

12个大号联合助力，8个官方蓝V、2个金V垂直自媒体联合传播，引发 7920000+ 粉丝广泛关注；

56.4万次

直播热度居高不下

直播总观看量高达 56.4 万，获赞 37 万次，同时在线人数达到 3.7 万，登一直播附近榜第一，登上一直播热门榜。

