

进口大众#T 字舞起，拓出前路#创意传播营销

广告主：一汽大众

所属行业：汽车

执行时间：2018.04.02-04.05

参选类别：创意传播类

营销背景

大众汽车集结 7 款“T”字开头的 SUV 车型，举办“T 字舞起,拓出前路”线上活动，提升品牌关注热度，塑造购车好感度，微博作为最强内容传播社交平台，具有热点引爆的社交价值，是品牌营销内容的强大传播平台。

如何结合街舞热点，以用户喜爱的、接受度高的形式，利用微博平台特点来传递大众“T”系列车型品牌精神成为此次项目的最大挑战。

营销目标

制造热点事，扩大品牌声量，激发大众参与热情。

- 1、**找人**：制造品牌公关热点，聚集进口大众 T 家族的相关目标消费者关注，形成热点话题，
- 2、**沟通**：传递 SUV 家族开拓创新的 品牌精神，收获街舞、潮文化等相关年轻用户好感
- 3、**互动**：通过社交平台吸引年轻圈层用户参与大众汽车品牌互动活动，沟通老用户，吸引沉淀新用户。

策略与创意

新浪微博社交大数据挖掘发现#这！就是街舞#综艺在 微博平台的话题阅读量达 142.5 亿，#热血街舞团#话题阅读量 95.5 亿，微博凭条上集聚了很多相关兴趣用户独有广场型开放社交关系具备制造热点事件的天然价值，为大众汽车打造#T 字舞起，拓出前路#热点传播事件引燃网络。

- 1、**品牌发声**：品牌关联街舞热点并借势诠释品牌价值；
- 2、**粉丝经济**：沟通相关兴趣圈层的受众，向品牌粉丝转化；
- 3、**热点聚合**：跟随微博用户关注社交热点的路径，影响泛兴趣人群，包装品牌热点，提升人群对品牌感知。

执行过程/媒体表现



在传播路径中，我们从热点产生、热点发酵到热点引爆的过程中不断放大大众汽车的品牌价值与车型价值，具体传播节奏如下：

Step1：官方发声，打造热点

@大众汽车官微率先发布品牌定制 T 字舞视频，带出#T 字舞起拓出前路#话题，以奖金、北京车展门票作为利益点，激发用户参与。



Step2：社交平台中跟随用户使用微博路径，匹配高量级传播阵容

第二步我们全面应用了社交平台的产品特点，首先开机报头产品，强势吸睛抢占用户第一视觉，引发用户强势关注；其次，品牌热推产品确保事件在热门位置呈现，利用粉丝关系裂变式传，再次，

登陆社交平台热搜榜单，打造实时权威热点榜，吸引用户主动点击关注。聚合 KOL 账号矩阵助推，带动粉丝兴趣关注分享。




Step3：聚集超高社交人气，引爆“T字舞起，拓出前路”挑战活动

聚集超高社交人气，为“T字舞起，拓出前路”挑战活动完成引流 KPI，保证秒拍落地活动顺利开展，收获超高口碑评价。


聚合KOL账号矩阵助推,带动粉丝兴趣关注分享

发布短视频，诠释大众汽车品牌“拓出前路”的7种精神


@汽车黑科技
拓出憧憬之路




@新浪汽车
拓出开创之路




@购车帮帮忙
拓出典范之路




@平安出行
拓出雄心之路



@搞车MM
拓出型格之路



@新车情报局
拓出豪情之路



@开车编辑部
拓出硬朗之路

