

## 人人车壁垒营销雷迪 carcara IP 打造

广告主：人人车

所属行业：二手汽车综合交易平台

执行时间：2018.06.01-2019.06.01

参选类别：短视频营销类

### 营销背景

纵观各个行业，先人一步的领军者早已开始实施自己的壁垒营销，壁垒营销不仅能够稳定企业在目标市场的现有地位，同时还能给企业的整体营销战略提供一个稳定的营销基础。

人人车作为国内最大、效率最高的二手车 C2C 电商平台，打造人人车的全网 IP 就是人人车实施营销壁垒的一步。打造与品牌价值观高匹配的 IP，通过 IP 带来用户高度关注，高度互动和高强转化。2018 年一句“大吉大利，一起吃鸡”不仅是网友间的调侃，也是品牌跨界助力共发展之年。

随着互联网5G时代的到来，用户流量不可小觑，抓住短视频竖版风口，抢占用户时间，为品牌发声，让营销升级！

### 营销目标

- 1、单一 IP 抖音粉丝数 100w ；
- 2、单一 IP 全网总播放量不低于 1 亿 ；
- 3、单一 IP 全网总点赞数不低于 600w ；
- 4、单一 IP 完成不低于 3 个爆款案例（爆款案例标准为全网播放达 1000w+）；

非量化指标：打造抖音汽车垂类 top10

### 策略与创意

**赛道分析---分析抖音平台汽车领域相关账号，人格化 IP 更受用户欢迎。**

品牌若要与年轻一代消费者产生共鸣，打造独特的品牌人设是更聪明的做法。目前在抖音进驻的企业品牌账号中很少直接发硬广做宣传，反而出现了一批以固定人物出镜拍摄短视频，完全以个人账号的经营模式来打造的品牌号。

内容定位—匹配与企业价值观相符的人设和内容输出。

@雷迪carcar，营造情感共鸣的人格化情景剧。

我们在打造汽车品牌账号时，选择了打造一个快速吸粉的人设型KOL。雷迪carcar这样的邻家女孩型人设，在汽车与普通人之间建立了日常纽带，引领了汽车话题“抖音化”的潮流，也让她在众多“直男范儿”的汽车短视频中脱颖而出，迅速蹿红。

## 执行过程/媒体表现

执行过程：赛道分析 ---洋葱赋能、赛道定位---持续输出优质内容

### 抖音爆款分析



点赞  
**252.4w+**

视频创意

化身马路先锋，善意提醒过马路闯红灯的小伙伴，受到了网友的大力赞扬。





点赞  
**176.1w+**

视频创意

无论何时，正能量的内容都更容易直抵内心。

  



平均点赞  
**133w+**

视频创意

雷迪carcar的正能量小短剧，强剧情设计，引导观众情绪层层递进，通过剧情的前后反差，并配以carcar标志性的笑容，使其人设人像更丰满。观众自发的不约而同的为carcar贴上了“人美心美”的人设标签，从而喜欢上这个人。从数据上看，carcar的几期正能量内容，表现都十分亮眼。



## 抖音爆款分析

**点赞**  
**40.9w+**

**视频创意**

一个不走寻常路的抖音汽车达人雷迪carcar。她既不是分得清上百种车标，对汽车知识了如指掌的专业KOL，也不是一线高人，而是在洗车店幻想买菜、约会、逛街、旅游都有专车的洗车店小妹。

**点赞**  
**40.7w+**

**视频创意**

让女生们倍感亲切的女性车主，不仅如此，她还是颜艺、演艺同样出众的“汽车短剧”女主角，每一个结尾神反转的搞笑段子都让人看得欲罢不能。

### 营销效果与市场反馈

## 抖音爆款分析

**点赞**  
**1673.5w+**

**总播放量**  
**2.5亿+**

**3个视频播放量破亿 / 12天涨粉100万**

**打破企业号增粉记录 >>**