

将军轮胎“冒险者时刻”系列创意作品

广告主：将军轮胎

所属行业：轮胎制造业

执行时间：2018.01.01-12.31

参选类别：创意传播类

营销背景

目前，轮胎行业处于相对的品牌垄断时期，龙头企业占据市场的大部分份额。在大多数品牌都争相传播其产品点优势时，将军轮胎作为进入中国市场的一个全新品牌，需要在初期传播中提高品牌的声量和知名度，因此会开辟出自己的传播形式，依靠一定的创意内容来传递品牌精神，从而达到与用户产生情感共鸣的效果。

营销目标

阶段目标：以核心的创意点来激发消费者的分享欲望，用核心创意理念与消费者达到情感共鸣，通过初期的一批粉丝进行大面积的辐射渗透，吸引更多的消费者关注品牌。

整体目标：通过创意作品中蕴含的冒险精神转化为品牌对于越野的态度，从而将这种品牌精神传递给消费者，让消费者品牌形成刻板印象，树立品牌独有的调性风格以及专业形象。

策略与创意

策略：抓住核心消费者内心的潜在的情感诉求，提出要做属于将军轮胎和越野人的节日，这样的日子值得彼此共鸣、向往、铭记，用这样独特的节日向世界上所有勇敢的冒险者致敬。“在人类历史长河中，总有一些时刻，冒险者们以勇敢者的姿态，向这个世界发起不可思议的挑战。”

围绕这一创意出发点，我们提取“冒险”和“时刻”两个关键词展开创作。搜集全世界各个时间点的冒险时刻或是具有冒险精神的人物，将它们最具代表性的画面通过漫画海报的形式表现出来，并给予一定的文字描述，汇集成全年的冒险者时刻系列专题。

创意亮点：把这些时刻或人物具有象征性的元素以创意的形式，通过漫画绘画表现出来，或夸张、或写实，生动呈现当时的情景，给人沉浸式的视觉感受。同时也会根据不同话题热点来传达品牌对于话题内容的态度以及观点，与消费者形成强烈的互动

执行过程/媒体表现

执行过程：

第一阶段：根据全年的整体策略规划，细分和调整每月的内容产出（平均每月推送3次，全年35次）

第二阶段：搜集整理有关的时刻和人物，展开创意构图以及文案内容输出

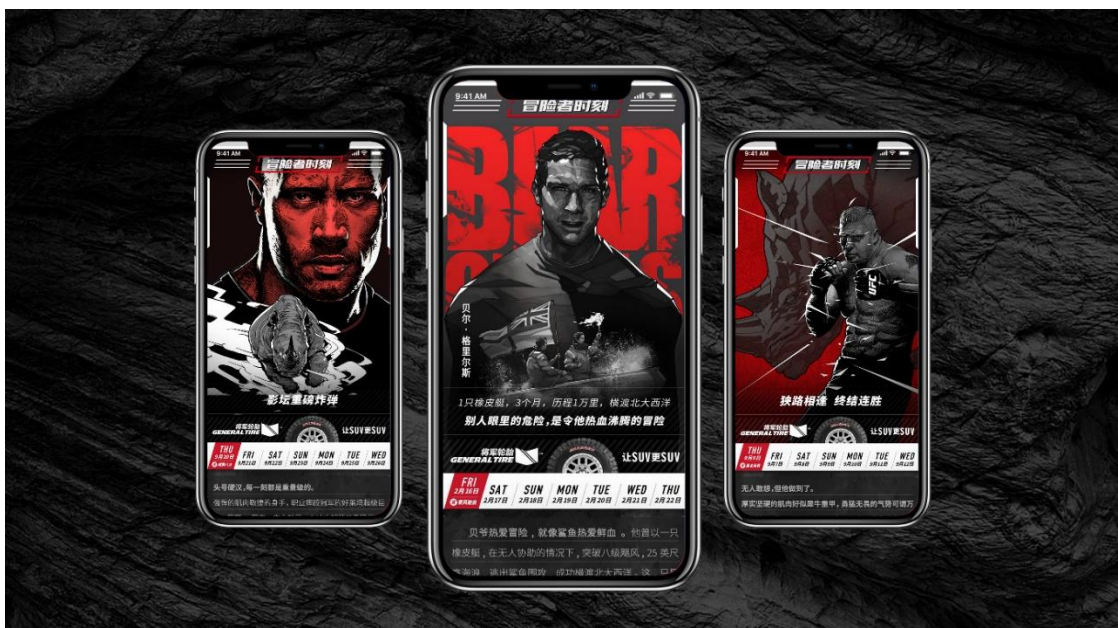
第三阶段：构思多种画面表现方式，选取最佳进行完善优化和细节细化，同时配合文案进行画面调整

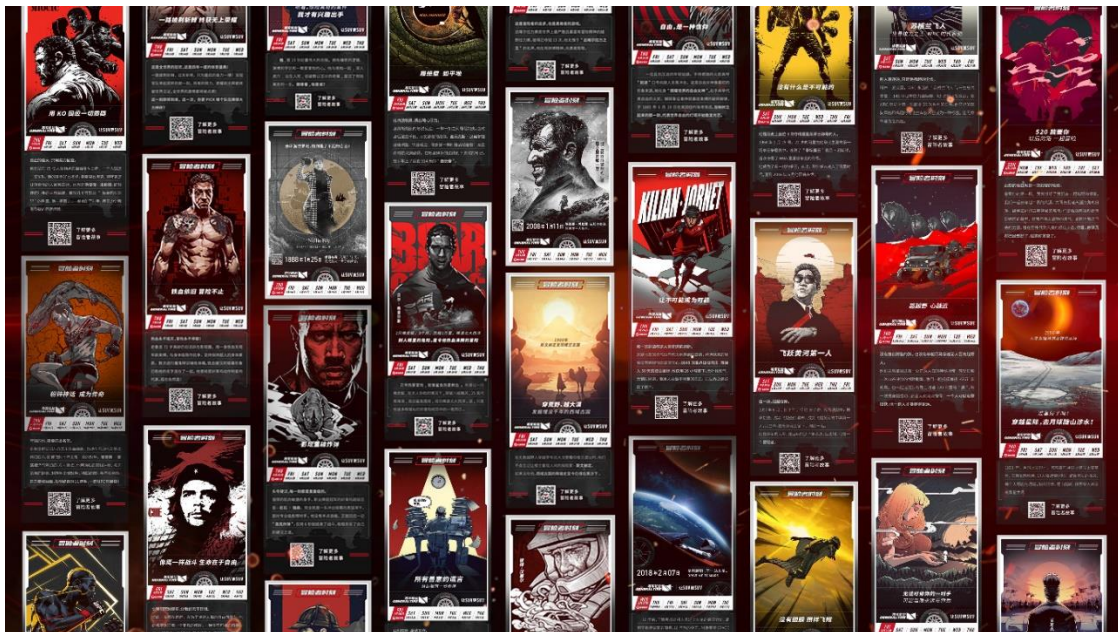
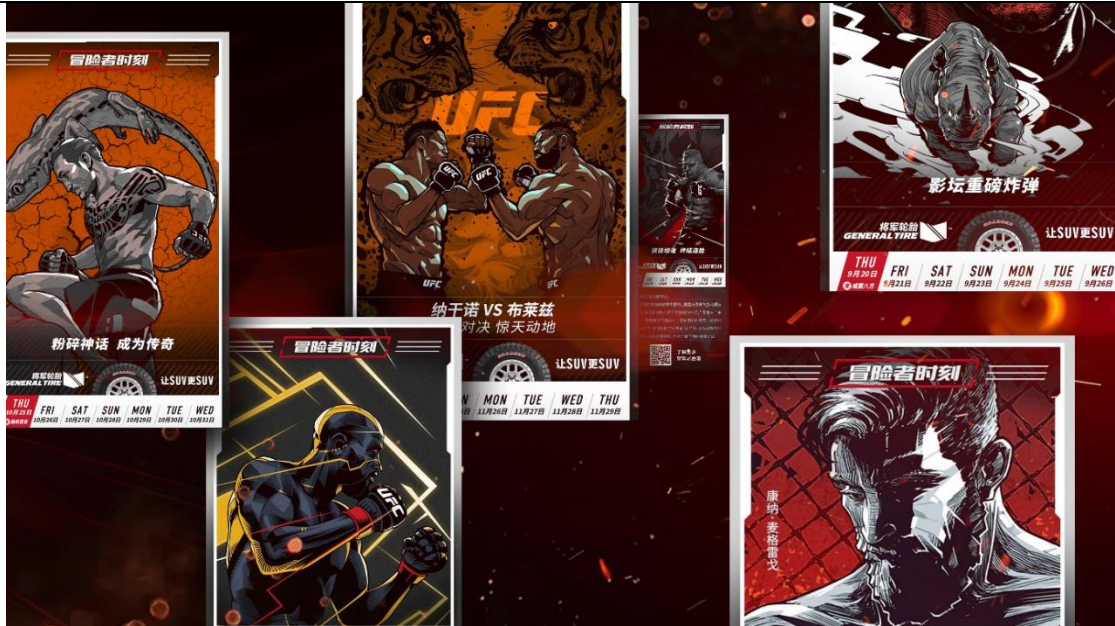
画面草图：



第四阶段：完成画面绘画以及文案撰写，将两者用“冒险者时刻”主题系列的边框设计进行排版布局，形成最后的完整的作品

创意作品展示：





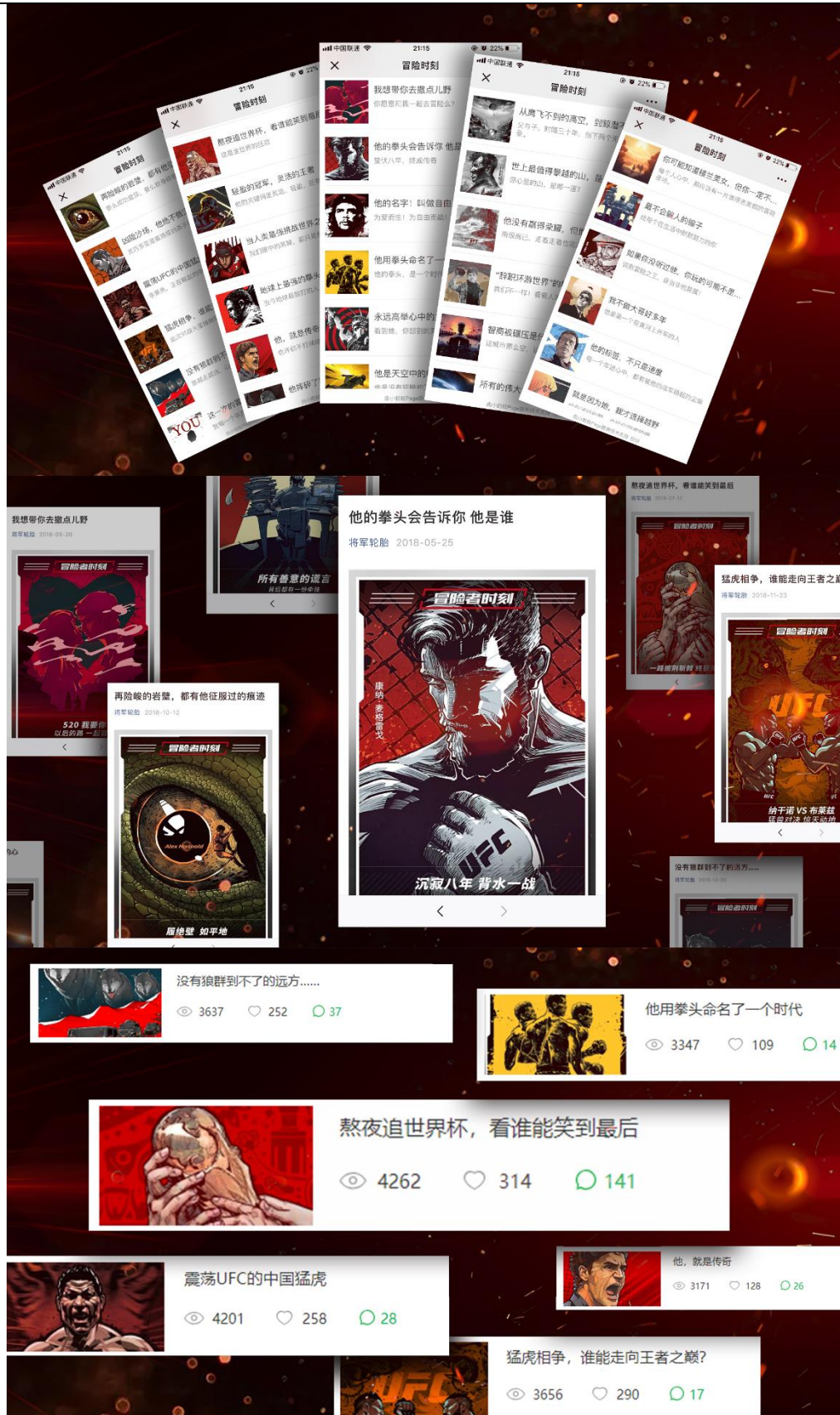
完整冒险者时刻作品链接：

http://www.xmypage.top/model1_57658.html

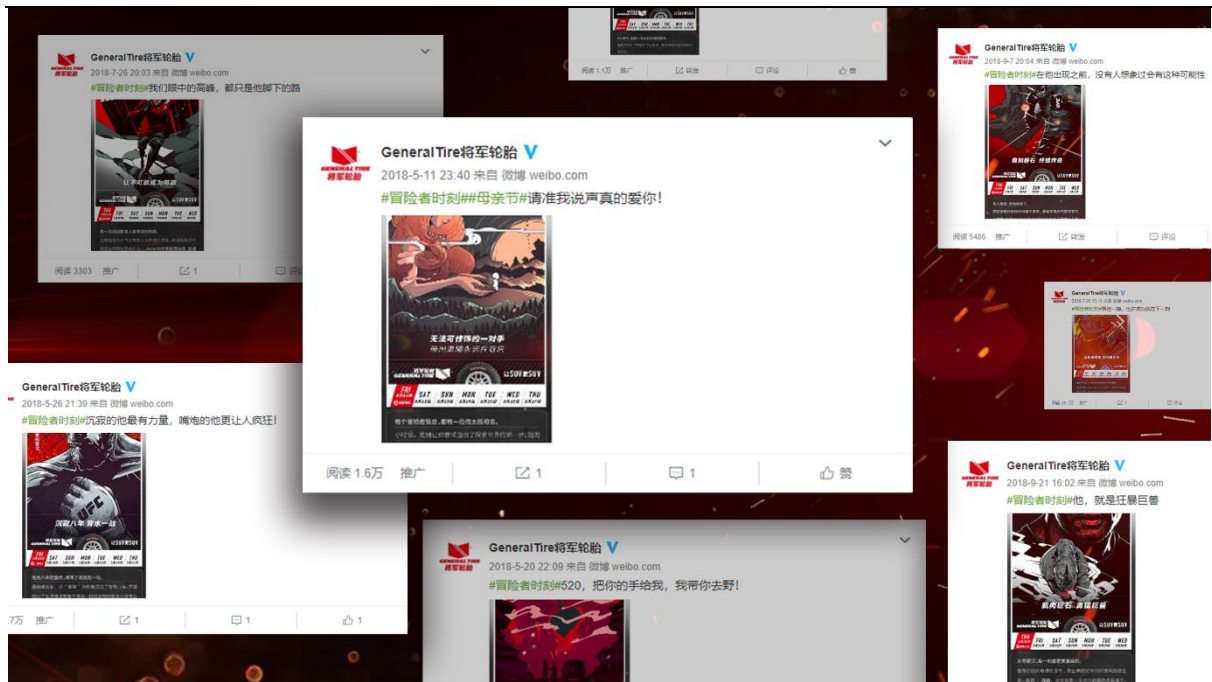
媒体表现：

此案例在微信公众平台的官方账号、微博官方账号、今日头条官方账号进行了全面投放。每期内容提炼的核心创意会转化为一个话题与消费者进行互动，激发消费者分享自己的故事，创造更多的创意联想。通过自媒体平台与消费者形成情感关联，达到良好互动的效果。同时此案例在三大自媒体平台获得了消费者的高度认可，收获一系列点赞、转发。

微信公众号发布：



微博发布：



今日头条发布：

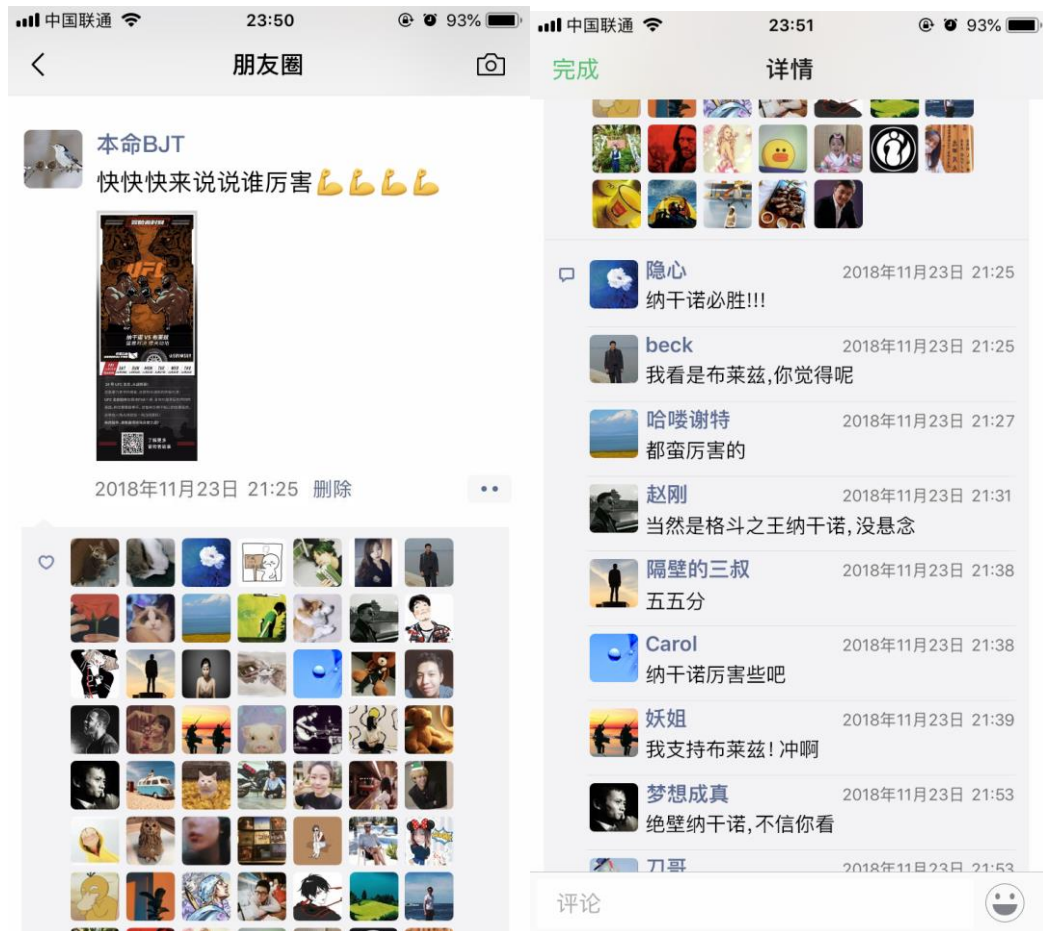


营销效果与市场反馈

此案例在微信公众平台、微博和今日头条三大平台投放过程中，得到了消费者很好的反响，与消费者形成了多次有效的积极互动，吸引了大量的新粉丝并且提升了原有粉丝对品牌的好感度。

此创意作品在微信公众平台的表现最佳，同比 2017 年粉丝增长 **118%**。曝光量从年初到年末呈现快速且平稳的增长，曝光量较年初增长了 **80%**，与消费者的互动率提高了 **90%**。同时全年定期发

布的频率使得用户已经形成了良好阅读习惯，会在内容发布后的第一时间内阅读内容，并且与我们进行互动留言，留言率较年初而言基本是翻了 **10 倍**左右。



相关数据：



数据来源：微信公众平台