

长安福特翼虎

所属行业：汽车

参选类别：数字营销最具影响力品牌

品牌简介

长安福特翼虎作为一款中级 SUV，传承了百年历史的 Tough 基因的同时，在与消费者沟通上也注重强调“出色智能”的品牌调性。

2018 年长安福特翼虎升级智能出行 2.0 系统，为旅行标签显著的目标消费者提供升级的智能旅行体验，为热爱旅行的目标人群更增添智能、便捷的贴心出行体验。

2018 年数字营销影响力表现

2018 年，长安福特翼虎与微博重磅旅行情景 IP#带着微博去旅行#已是三度携手，品牌调性与项目属性深度契合，目标受众一致，实现了品牌与 IP 的长期深度融合，平台、用户、品牌三向沟通共赢！

基于微博的平台影响力及明星、KOL 等独有开放性社交资源，使长安福特翼虎的品牌调性及车型亮点伴随同步提升：

- 1、海量明星及 KOL 自发参与#带着微博去旅行#活动话题，发微博分享精彩旅程，为项目带来巨大关注度，同时间接为新福特翼虎提升曝光机会。
- 2、随着带着微博去旅行活动的开始，铺天盖地的宣传与曝光中，从带着微博去旅行活动页到主话题页再到 66 个子话题页，翼虎车型融入海报和封面中，流量 C 位已经打好根基。
- 3、针对翼虎旅行基因打造定制话题及 H5，定制话题#旅途中的神操作#，将翼虎提出的 SUV 科学凸显出来，只有强劲爆发的动力，才能支撑起“神操作”，吸引了众多用户分享自己旅途中的“神操作”，15.6 亿的阅读量也证明了翼虎的“神操作”很成功；同时结合翼虎智能出行理念，定制 3 支创意视频，情景化原生演绎翼虎车型亮点。
- 4、结合微博创新媒介及重磅传播资源，实现了长安福特翼虎品牌影响力的极大提升！

2018 年数字营销创新性表现

2018 年，长安福特翼虎与微博旅行 IP#带着微博去旅行#项目深度绑定，基于微博开放的属性和大数据分析，在带着微博去旅行项目中，准确抓住用户关注点，成功带动用户参与并与品牌互动，创造用户、品牌与平台三方共利的盛宴，产生巨大流量，利用大数据创新媒介触达及升级化

社交传播优势，使长安福特翼虎品牌传播得以准确触达旅行人群：

在十一黄金周黄金时段，通过微博 app 首页下拉创新广告形式（下拉传送门广告+下拉刷新展示）全流量覆盖微博网友，触达数亿人群；

同时大数据型创新广告语音橱窗，获得了 60+明星名人、明星工作室等账号及 122 位 KOL 触发品牌语义词，在庞大粉丝圈带来超强品牌曝光！

代表案例

2018 年，微博旅行重磅 IP#带着微博去旅行#携手长安福特翼虎，在前期持续建设的旅行情境下，以#开启 AI 之旅 探寻旅行的意义#为创意沟通点，将旅行热点与翼虎智能出行理念深度结合，从“借势曝光、主题定制、情景植入、创新媒介、传播升级”五个维度出发进行全方位品牌结合推广，进一步强化翼虎旅行基因。

品牌定制话题聚合了 16.3 亿阅读量，问翼虎专属打造的情景病毒视频播放量 958 万，通过 H5 收集 Leads 数量 36,428，均超预期超额完成目标！同时长安福特翼虎品牌关键词整体提及量同比增长 1733%，此次活动期间，用户对于翼虎品牌信息的提及量较高程度提升。