

雪佛兰 x 迪士尼 “用爱跨越时间” 创新合作

广告主: 上汽通用
所属行业: 汽车行业
执行时间: 2019.08.08-08.16
参选类别: 数字媒体整合类

营销背景

雪佛兰和迪士尼有着战略合作关系，这次在“920”期间推出活动“用爱跨越时间”。希望通过此活动，让子女为父母在办一次“婚纱之旅”，活动在百度小程序内完成，需要分别上传父母现在的照片，利用百度的人脸识别，人脸合成技术，将双亲年轻时的容貌还原并做成结婚照，再通过书写父母的心路历程，抽取迪士尼“婚纱之旅”。

营销目标

通过百度 AI 创新技术向用户和其家庭，传递“用爱跨越时间”的理念，加深用户和其家庭对于雪佛兰品牌的美誉度。

策略与创意

百度汽车行业第一次通过百度 APP 开屏向娱乐类小程序做导流；百度小程序第一次将人脸识别及人脸融合技术嵌入小程序中做用户服务。



执行过程/媒体表现

视频链接:

https://v.youku.com/v_show/id_XNDUwNjMxNTIyMA==.html

此活动有 3 条 USER FLOW: 通过手百开屏精准调起调起百度小程序, 通过百度人脸技术完成活动; 通过微信朋友圈或精准调起微信小程序, 同样接入的是百度人脸技术完成活动; 通过新浪微博热搜话题, 热门广告引导用户在微信中搜索小程序, 调起微信小程序, 同样接入的是百度人脸技术完成

活动)。

营销效果与市场反馈

活动上线一周在百度、微信、新浪微博端均有很高的热度引爆。

活动浏览量：245 万；活动整体平均停留时间：114 秒；活动整体成功合成图像的数量：2,952；
活动符合条件的用户数：342；活动整体试驾注册数：135。