一汽奔腾 T33上市社会化营销

广 告 主：一汽奔腾
所属行业：汽车行业
执行时间：2019.08.03-08.09
参选类别：社会化营销类

营销背景

一汽奔腾在全新动力、智能化领域不断发力，推进汽车产业的升级。作为主流乘用车品牌，奔腾坚持打造亲民、高品质的智能车型产品。奔腾 T33 车型作为奔腾 T 阵营的又一重磅力作，上市在即，急需营销点。

营销目标

借势微博#超级红人节#IP，依托强大流量，跨界营销，为奔腾 T33 上市造势。

策略与创意

利用#超级红人节#和 KOL 李雪琴两大超级 IP 潮流跨界，玩法新颖，打造品牌年轻化新形象。

执行过程/媒体表现

1、预热期：跨界联合，品牌互动营造期待

制作趣味套系图片，打造话题#T33 与你为伍#，创意内容夺人眼球。与异业品牌、媒体进行互动，大幅度提高声量，为 T33 上市进行预热。

2、爆发期：活动现场与 KOL 互动，提升传播效果

超级红人节现场品牌高层与李雪琴进行互动，线上多渠道同步直播，迅速成为业界焦点。

链接：https://weibo.com/1749965754/I0DgVv3mc

3、延续期：粉丝互动延续热度，巩固强化声量

举办抽奖活动，豪气送出奔腾 T33，将关注再次聚焦到新车上市，再掀高潮。

链接：https://weibo.com/1749965754/I0D7FFM5W

营销效果与市场反馈

1、微博热搜话题#李雪琴你好 我是柳长庆#阅读量突破 1.2 亿，讨论量高达 6 万；
2、异业品牌、媒体 96 家，权威媒体 30 余家，互动 108 次；
3、抖音合作 KOL 三家，视频总计播放量 936.9 万余次；
4、官方双微平台曝光量突破 3000 万，互动量突破 7 万，粉丝净增长 3.5 万。