

北京现代胜达独家冠名《准爸爸说》第二季【新手爸爸说】

广告主：北京现代胜达

所属行业：汽车生产

执行时间：2019.04.12-05.31

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

随着近两年汽车行业的寒冬到来，车企纷纷将营销端口的预算最大化利用在刀刃上，希望从营销方式上重新找到新的破局点来吸引目标受众。

北京现代正值第四代胜达上市之际，官方将此款车定位为“大型 SUV”，以 80 后居住于二三线的夫妻家庭为主要攻克对象。产品的功能设计体现了胜达在安全性、智能性、便捷性的独到用心，而此次上市的宣传主题“智·守护”，也是围绕着家庭、幸福、守护、爱等温暖的字眼展开。北京现代希望在整体汽车萎靡之际以新颖的专属合作形式来抢占用户认知，并在上市同期能够迅速触达目标受众。

与此同时，IP 营销井喷式的爆发仍然方兴未艾，各大品牌均希望与契合的 IP 内容合作来提升知名度和影响力，为自己的产品背书，同时通过持续的内容输出，来塑造出更具有人格化特点和价值内涵的品牌形象，以吸引消费者的关注，形成一个印象符号占据目标消费者心智，从而获得更多的认可和信赖。

营销目标

此次合作我们希望通过自身音频平台的内容优势，以明星 IP 节目来为新车上市带来曝光量，为品牌背书的同时也沉淀品牌资产。

策划阶段评估了该节目第一季播放量和明星效应的考量，预计均期播放量为 50 万+，专辑总播放量预计 500 万+，节目内推资源、social 宣推等广告预计曝光量 1 亿。

策略与创意

本次策略是以捆绑蜻蜓 FM 儿童频道明星 IP 节目《准爸爸说》第二季之《新手爸爸说》进行合作，该节目是一档全程记录明星“准妈妈”育儿历程的音频节目，第一季《准爸爸说》以张效诚&吴敏霞二人亲情献声，诠释准爸妈的心路历程，并以高播放量获得用户的一致好评。这一次的第二季则是延续这对奥运夫妇初为人父人母的育儿路，亲述这一过程的所有兴奋、惊喜、谨慎、期待与憧憬，充满了对新生命的爱和守护。节目传递的内涵理念与北京现代第四代胜达的主题不谋而合。

通过独家冠名+节目软植的形式，针对北京现代第四代胜达目标用户最大程度扩大品牌声量。《新手爸爸说》主要收听人群男性大于女性，并且 80 后和 90 后为主要收听人群。这类人群正好处于组建家庭、新生命孕育甚至是生育二胎的人生阶段，与北京现代胜达主打的消费人群正好契合。

传播战术上不单单以冠名为主，而是结合内容植入，声音专辑封面+强势资源宣推+精准投放，达到 1+1+1>3 的曝光量级



执行过程/媒体表现

执行过程中，综合站内外资源渠道，优化资源位组合，增加大曝光的资源位，在节目的推广资源中，凡是带有节目 KV 及简介文案部分，将北京现代第四代胜达冠名和 logo 等信息与节目 KV 及简介文案强势关联，为品牌带来更多附加价值曝光！

节目冠名口播

节目冠名口播

- 上线时间: 4月12日-5月31日
- 期数: 8期
- **上市前文案:** 本节目由为爱护航的北京现代第四代胜达独家冠名播出。4月13日, 暖心上市, 给予你和宝贝爱的守护!
- **上市后文案:** 本节目由为爱护航的北京现代第四代胜达独家冠名播出。智享便捷六座SUV, 让爱的空间无限大。



包装植入

包装植入



专辑封面植入

郭晶晶、鞠萍姐姐诚挚推荐,
继《准爸爸说》之后, 奥运冠军吴敏霞携丈夫张效诚
再次献声, 养娃故事大公开,
用语言记录育儿之路, 用声音分享育儿心经,
新手爸妈有多少新体验? 又有多少“心”体验?
本节目由为爱护航的北京现代第四代胜达独家冠名播
出。4月13日, 暖心上市, 给予你和宝贝爱的守护!

专辑简介植入



专辑长图简介植入

节目软植

节目链接: <https://m.qingting.fm/vchannels/293269/programs/11666912/>

节目软植



第三期、我们的智驾游

节目链接 <https://m.qingting.fm/vchannels/293269/programs/11666912/>

张双庆：很准备的东西实在太多了，小到证件、衣服、药品、纸尿裤，大到儿童座椅、婴儿推车等等，这里提醒各位宝爸宝妈，只要不是有宝宝一定要配专门的安全座椅，而我们这次是自驾游，路途漫长宝宝坐乱动，安全座椅就更加重要了，所以，车内空间一定要够。

安全、舒适、动力，携家人自驾游，这三点一个都不能少。刚刚上市的北京现代第四代胜达，这是一辆为宝爸宝妈量身定制，二排两个安全座椅也有足够的空间，便于我路上久坐的煎熬，这是属于我们小家庭的第一次旅行，汽车科技的力量，能带给我们最舒服的交通，为我们的

途经高速休息站，稍微想去买点零食充饥，就稍作休息停了车。在等待期间，作为司机的我稍感小小的疲惫，想下车伸个懒腰喘口气，刚下去刚关上车门没多久，一声响亮的鸣叫声就把我吓了一个激灵……”

原来是因为西西还在车里，好在车内有隐藏的超声波传感器，检测到了孩子在车内，提醒我还有小乘客没有下车。有了这样的安全提醒，真的很让做父母的放心，也充分证明了自

还有一个值得一提的黑科技，就是指纹解锁。旅行路上时间长，最好是两个人可以换着开，防止疲劳。所以基本上每到一个休息区，我和双庆都会交换一下“司机”和“保姆”的身份。记得刚入手

去大明山大约有 4 个小时的车程，路上难免会经历上山、爬坡等复杂路况，最近正式春这样一来，即使是踏青的高峰，如此有名的旅游景点，停车更是个难题。这时候就用到了 RCCA 后方交叉碰撞辅助和 BCA 盲区防撞辅助两个功能，可以随时起到预警和主动安全的作用，不仅保障一

这些都是我们从汽车的智能性、安全性等多角度考虑后，总结下来的实用选车经验，也是最后我们锁定第四代胜达的原因。因为第四代胜达，我们可以准备得特别充足，也减少了一路上的很多麻烦。

所以，与其说是外出自驾游，不如说是智驾游，智慧的智。我们的第一次自驾游，虽然

站内宣推

站内宣推



开机大图



首页内容推荐位



首页内容推荐位



频道页内容推荐位

站内宣推



搜索热词



搜索特型&置顶



搜索特型&置顶



搜索特型&置顶

站内宣推



首页ICON



首页弹窗

站内宣推



全局推送



全局推送

站外宣推

站外宣推



4.12官方微博



4.26官方微博

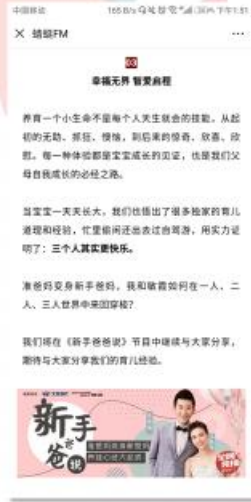


4.26明星微博转发

站外宣推



蜻蜓FM官方微信



蜻蜓FM官方微信中露出北京现代品牌信息



精准投放

精准资源



儿童频道焦点图3帧

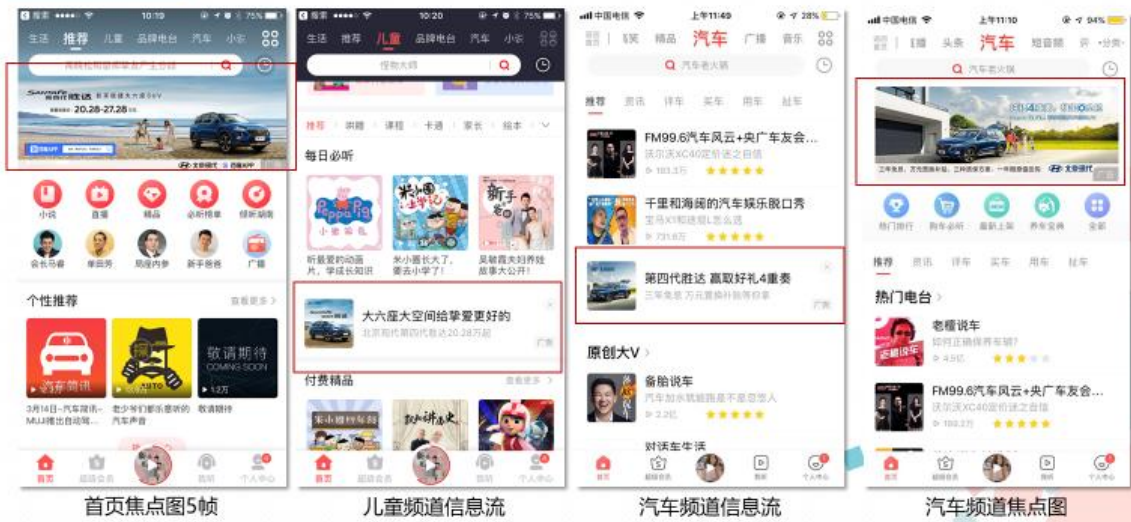
开机大图

音贴-定向儿童

锦上添花-定向儿童

泡泡条-定向儿童

精准资源



营销效果与市场反馈

通过 IP 栏目的自身影响力，加上平台的内推资源，social 推广资源，以及平台硬广资源的大力支持，《新手爸爸说》节目曝光量超过 1.2 亿+，节目播放量收获了 570 万，带有品牌植入内容的单期播放量近 52.4 万，整体合作为北京现代第四代胜达带来了将近 2 亿次的曝光！远超预期目标！