凯迪拉克 CT5生而惊艳视频内容营销

广 告 主：凯迪拉克
所属行业：汽车
执行时间：2019.11.20-2020.01.17
参选类别：视频内容营销类

营销背景

凯迪拉克 CT5 将以“生 而惊艳”为主题上市。定位“新美式格调轿车”，聚焦 85 后新生活精英，致力于在豪华的规则与标准之下实现令人惊艳的驾乘感官新体验。

凯迪拉克希望以明星娱乐内容最大化覆盖目标 TA，在传递车型精神的同时，打响 CT5 车型声量。

营销目标

借助社会化媒体平台优势和明星粉丝影响力，传达凯迪拉克 CT5“生 而惊艳”的车型主题，提升 CT5 新车声量。

策略与创意

1、搭载微博平台级 IP《最美表演》，借势年度最热影视作品讨论声量；

2、凯迪拉克 CT5 携手新浪娱乐年终特别呈现——“生 而惊艳”主题明星系列微电影。

3、影帝视后+影坛新星，十位年度演员联袂献映，围绕凯迪拉克 CT5“生而惊艳”的车型精神内容创造&《最美表演》社交矩阵裂变，带动新车声量及车型调性的同步提升。

十位演员 :易烊千玺 / 胡歌 / 范伟 / 郭京飞 / 肖战 / 海清 / 马思纯 / 李沁 / 张若昀 / 赵薇。

执行过程/媒体表现

Part1 超一线明星、导演齐聚首，共同打造“生 而惊艳”原生明星微电影

1、 十大明星以十个不同侧面的故事，诠释凯迪拉克车型主题。

2、凯迪拉克 CT5 携手肖战、张若昀、李沁共同演绎定制脚本故事。

Part2 #最美表演#IP 社交传播，扩散 CT5“生而惊艳”车型主题明星

1、 明星海报·阵容影响力：十大明星海报携手凯迪拉克鼎力加盟 2019《最美表演》。

2、 混剪视频·年终盘点：新浪娱乐官方+大 V 发布百条混剪视频，复盘年度热点演员及作品。

3、 预告花絮·声势打造：围绕正片进行多角度碎片化的视频内容发酵，调动网友期待、关注。

4、 明星剧照·视觉盛宴：十三支影片九宫格剧照传播，引发粉丝舔屏+吃瓜网友剧情讨论。

5、 阵地捆绑·声量聚拢：凯迪拉克 CT5 权益全面绑定“最美表演”IP 话题页及内容聚合页。

营销效果与市场反馈

1、 截止目前，凯迪拉克 CT5“生而惊艳”#最美表演#缔造 36.9 亿话题声量，上演近 3 亿视频播放量！

2、 2019 最美表演影片引发巨大社会声量，其中胡歌《逃亡者的前世今生》影片两次登上 CCTV6。同时，易烊千玺、肖战、张若昀等明星的《最美表演》影片相关内容多次登上热搜。

3、 通过活动，凯迪拉克 CT5 车型声量获得大幅提升，品牌深度捆绑明星，成功释放“生而惊艳”的车型调性。