

## 东风启辰-3X3黄金联赛篮球 IP 体育营销

广告主：东风启辰

所属行业：汽车

执行时间：2019.05.12-10.27

参选类别：体育+数字营销类

### 营销背景

创立于 2010 年的东风启辰始终坚持用高品质和智趣科技为消费者构建美好生活蓝图。面对车市逆境，如何发力品牌年轻化、向年轻消费者传递智趣生活理念成为本次传播的挑战。

2019 年，东风启辰成为男篮世界杯及中国男篮合作伙伴，携手 3X3 黄金联赛，希望进一步深化篮球营销，发力品牌年轻化，实现两大篮球 IP 践行落地，与消费者建立紧密的沟通与联系，提升品牌关注度和智趣形象。

### 营销目标

东风启辰希望与 IP 捆绑，借势输出赞助国际知名影响力赛事的信息，提升品牌影响力。践行篮球 IP 落地，联动区域以及专营店围绕 IP 开展营销活动，促进销量提升。

### 策略与创意

东风启辰携手 3X3 黄金联赛，联动线上线下，多平台资源助力，深化启辰篮球营销，打造品效合一的营销效果。

- 1、线下赛场覆盖销售城市：覆盖启辰全国销售城市，落地多城商超展开赛事，近距离与目标受众沟通；
- 2、多城经销商联动促引流：联动全国多城经销商，篮球+汽车等互动聚集人流，吸引留资及销售；
- 3、线上多平台资源扩散：发挥微博+新浪双平台传播能力，借势世界杯的篮球热潮打造多样话题，最大程度卷入受众讨论，使启辰在“篮球大年”抢夺声量。

视频：<https://v.qq.com/x/page/y3015yu9rnt.html>

### 执行过程/媒体表现

线下：

- 1、落地全国 64 城，展开 66 站篮球赛事，覆盖启辰销售城市。其中，61 站进驻城市商超，最大程度卷入人流，提升赛事覆盖力。



2、打造全程 6 站公关重点站，赛事深度联动品牌，多样创新互动助力启辰落地篮球营销，放大品牌声势。

**飞车扣篮，点燃激情**  
创新跨界玩法飞车扣篮互动，加速启辰与消费者沟通



**名人驻场，星光熠熠**  
围绕车型互动自然带出卖点，开展车友赛与消费者建立紧密联系



**多维形式，沟通车主**  
围绕车型互动自然带出卖点，开展车友赛与消费者建立紧密联系



**全面覆盖，黄金主场**  
联动启辰全国经销商开展线下互动，助力销售线索导流



3、联动全国经销商开展留资引流互动，聚集现场人流，奖品机制刺激留资，配合车型促销活动展开销售，转化篮球兴趣人群为车型兴趣人群。



线上:

1、紧跟篮球世界杯热点，运营主话题#2019 黄金联赛#和定制话题#启辰青年一启拼#、#中国男篮加油#、#时刻在状态#，以篮球热点捆绑启辰关注。



2、新浪体育大账号+多圈层 KOL 扩散赛事内容，渗透启辰目标人群。



3、微博+新浪新闻+新浪体育多端硬广资源助力品牌曝光。



## 营销效果与市场反馈

东风启辰借势 3X3 黄金联赛平台，有力推动了两大篮球 IP 践行落地，助力其在篮球营销中脱颖而出，实现品效合一的体育营销。

- 1、微博赛事主话题+定制话题阅读量高达 47.2 亿。
- 2、微博+新浪新闻+新浪体育硬广资源总曝光量达 43.25 亿次，总点击量 584.7 万次。
- 3、联动全国各地经销商，为启辰吸引有效留资线索 13847 条，达成购车数量 123 台。
- 4、品牌认知度加深，篮球、智趣、高品质标签比重增加，深度捆绑“篮球”与“启辰”的联想，强化用户对启辰“智趣”“高品质”的精神认知。



数据来源：新浪全量大数据