

## 强强联手：长安 CS75 PLUSx 腾讯广告联手打造“明日座驾”

广告主：长安汽车

所属行业：汽车

执行时间：2019.08.08-10.10

参选类别：创意传播类

### 营销背景

2019 年以来汽车销量呈现逐步下滑的趋势，根据中国汽车工业协会最新数据显示（2020 年 1 月 13 日），2019 年，汽车产销分别为 2572.1 万辆和 2576.9 万辆，同比分别下降 7.5%和 8.2%，产销降幅比 1-11 月继续呈小幅收窄，比上年分别扩大 3.3 个百分点和 5.4 个百分点。

在汽车市场以及营销大环境整体不利的情况下，作为较早进入 SUV 车型领域的长安汽车，如何在 CS75 PLUS 上市营销中狙击竞品，为本品聚焦大众目光，并实现影响力与销量双收，是广告主十分关注的问题。

### 营销目标

长安 CS75PLUS 上市之际，通过线上超品质大片内容产出+线下快闪店联动传播，共同输出 CS75PLUS 品牌影响力，将 CS75PLUS 打造成为具有科技感与高颜值的“明日座驾”并从同类竞品 SUV 中脱颖而出，让消费者从视觉到感觉快速对 CS75PLUS “来电”并促成留资与购买，实现品牌曝光与销量转化兼顾。

### 策略与创意

**1、超现实创意大片输出：**联手 2019 美国国家地理杂志摄影的全球总冠军、90 后知名摄影师 Thomas (储卫民)，打造 CS75PLUS x 重庆城市超现实魔幻大片，将车型 UPS 全面融入摄影大片内容凭借重庆未来城视的高质大片内容力，以#明日座驾探索魔幻城视#小程序为载体，借助腾讯新闻大曝光+微信小程序+社交扩散，为 CS75PLUS 全方位打造事件热度，并助力销售线索留资。

**2、线下创意展厅打造：**腾讯与长安汽车建立起了名为“长安 CS75 PLUS 明日快闪店”的街头展厅，通过黑科技材料将大片里的“明日座驾”搬到线下，让消费者通过线下互动更直观地体验试驾 CS75PLUS 的科技感与高颜值，做到从“心动”到“行动”，促进消费者留资与购买。

### 执行过程/媒体表现

联手 2019 美国国家地理杂志摄影的全球总冠军、90 后知名摄影师 Thomas (储卫民)，结合 CS75PLUS 产品科技感与高颜值，运用航拍与单反并借助精湛的后期处理，打造 CS75PLUS 与重庆城市魔幻大片，7 天打造 50 张 CS75PLUS 刷屏大片，让新车快速抓人眼球。



CS75PLUSx 重庆超现实城市大片

摄影师个人社交媒体发布+小程序助推，让“明日座驾”迅速刷屏；数据显示，截止 9 月 5 日，微信指数同比上升 11.4%，为活动定制的小程序，访问量达 360 万，互动人数 83 万，点赞数 15.5 万；



摄影师个人社交媒体发布（公众号/Instagram/微博等）



“CS75PLUS 明日座驾”定制小程序

腾讯新闻移动端+PC 端，活动期间同步大曝光，扩散活动声量；



腾讯广告 x 长安 CS75 PLUS 成都线下搭建明日快闪店，基于长安 CS75 PLUS 新车多项超前的特色功能，装置主体采用了 22 块充满科技感与未来感的通电雾面玻璃，构建多维互动车体展示体验空间，同时现场通过车体互动装置、H5 有奖打卡、拍照互动等多种形式吸引消费者体验试驾，让消费者直观感受 CS75PLUS 卖点；



## 营销效果与市场反馈

活动线上总曝光：104,829,485 人次，曝光完成率 111.63%；

活动线上实际点击 3,091,638 ，点击完成率 391.56%；

“明日座驾”定制小程序：访问量 360 万，互动人数 83 万，点赞数 15.5 万；

预约试驾：6190 人；

预售订单数：11726 辆；

线下快闪店：5 天内总人流在 2.2 万-3.5 万，互动扫码人数达到 5621 人，互动打卡人数为 3124 人，线下留资人数 742 人。

