

## 福特·领界 x 趣头条广场舞大赛，全速下沉

广告主：福特领界

所属行业：汽车

执行时间：2019.09-2019.11

参选类别：下沉市场营销类

### 营销背景

数据显示，2018 年中国汽车销量首次出现了负增长，但低线城市的销量却在逐年攀升。因此，在汽车下乡的大背景下，汽车品牌纷纷前往下沉市场寻找新的突破口。

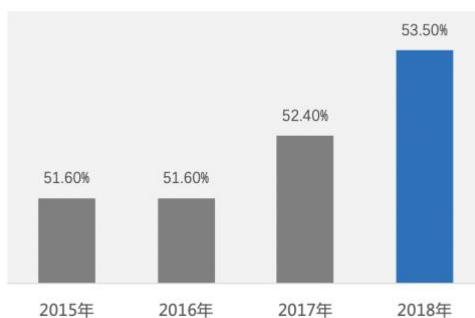
#### 2015 年-2018 年汽车销量分析

(低线城市：三线及以下城市)



#### 2015 年-2018 年低线城市销量占比

(低线城市：三线及以下城市)



### 营销目标

为了进军下沉市场，福特·领界希望通过借助下沉市场最受欢迎的内容聚合平台「趣头条」，利用趣头条线下的国民级 IP 活动，打造下沉市场的标杆性事件，渗透下沉市场的娱乐生活场景，提高品牌声量。

### 策略与创意

#### 1、目标人群精准匹配

福特·领界瞄准下沉市场消费人群，主打省油、家用、性价比，而趣头条主打下沉市场最喜欢的内容平台，用户群与其想要抢占的目标人群吻合。趣头条今年打造了下沉用户最喜欢的全民热赛 IP「这就是广场舞！」，可以帮助福特借助这个热门 IP，有效切入下沉市场用户的生活场景中。

#### 2、线上多形式传播，搭建高效的引流矩阵

利用趣头条线上强势的硬广和内容资源，以及汽车领域 kol 资源，形成定制化、场景化、生活化、

体系化的线上传播矩阵，覆盖用户浏览全链路，从而为福特·领界搭建高效的引流矩阵。

### 3、线下以渗透式的传播策略，让用户形成强记忆

线下通过个性化的现场布置，策划定制化的现场互动，以及定制化的礼品等形式，引导用户参与，通过这种渗透式的现场传播策略，加深用户对福特·领界的了解和品牌好感度，并记住“福特”。

### 4、线上线下联动，打造下沉市场营销热点

通过线上强势资源曝光，开通广场舞专属频道，同步赛区内容及投票等形式，植入品牌信息；而线下通过一系列的定制化传播形式如物料、互动、口播等，以线上线下的传播联动，形成了很好的合力，帮助福特·领界创造了持续的传播热点。

### 5、多城联动，打造规模化持续传播效应

趣头条广场舞大赛，覆盖了全国 20 多个省，超过 150 个城市，单场覆盖千人，赛程长达半年。而福特·领界借助趣头条广场舞大赛在多个城市曝光营销，形成了很好的规模化传播效应。在传播力和引流力上都取得较好的效果。

## 执行过程/媒体表现

在线上，通过趣头条站内多形式传播引流。比如开屏、文章信息流、汽车频道信息流、金币等资源，让用户积极投身到火热的广场舞活动，同时加深对福特领界的品牌好感；并设置“广场舞大赛专题”定制专属入口，植入品牌信息；以及优选 KOL，撰写下沉市场用户喜爱风格的汽车优质内容，让用户不仅知道了福特领界，还知道了它的各种“好”。从而多形式增加线上的传播，促成留资。



线上专题是广场舞队伍的报名入口，通过定制化点位形式增强用户感知

广场舞专题页日均PV: 800,000



刷广场舞参赛队视频

将领军展示在广场舞专题主页面，  
发放大量金币吸引用户参与。



为参赛队伍打Call

只评“TA们”最关心的问题，充分结合媒体属性，提升品牌形象

趣头条的独特内容营销

传递趣头条用户最关心的产品点，

既耐用，又实惠

聚焦 省油，家用，性价比



在线下，打造福特领界的广场舞专场。以个性化的现场活动设置，比如现场布置、物料、口播等营造专属感；策划现场好玩的互动环节，最美靓照评选会、领军亲友团，刷屏朋友圈同时，也吸引亲友试驾；再以定制化的礼品，与用户建立亲密关系。增加福特曝光，以及福特-领界在下沉市场用户的认知度与好感度，并收获有效用户。

## 渗透式的现场传播手段，让品牌信息深入人心

多元化的现场物料遍布会场，全方位展示领界产品信息



关键传播信息：  
**“福特·领界，守护你的美好”**  
为强化关键信息的传递，现场传播策略如下：  
**动静结合：**  
签到板、易拉宝等静态物品+主持人播报引导  
**黄金位置：**  
入口区和休息区+活动区焦点位置

背景板，横幅

易拉宝

签到板

主持人播报

易拉宝

## # 最美靓照评选会 #

让领界跟随用户美照，迅速刷屏朋友圈

用户现场与车完美合拍，朋友圈集赞赢好礼



发放礼品400+，参与用700+

## # 领界亲友团 #

种子用户呼朋唤友，吸引亲友试驾，促成留资

现场转发链接赢好礼，亲友到店试驾抢好礼



发放礼品300+，参与用户600+

## 多元化的品牌定制小礼物，建立更亲密的用户关系

具备纪念意义的品牌赠礼+随手可取的品牌周边，让用户把“福特”带回家



## 营销效果与市场反馈

通过一系列的线上线下联动营销，广场舞大赛的专题页日均 PV 达到 80 万，线下每场大赛覆盖 1000+用户，全方位的品牌覆盖，让福特·领界的品牌声量迅速升高。最终帮助福特·领界实现曝光完成率 106%，点击完成率 158%，收集有效目标线索 1900+个，效果超过品牌主预期。