

# 东风日产天籁

**所属行业：**汽车

**参选类别：**数字营销最具影响力品牌

## 品牌简介

天籁是 NISSAN 旗下的一款主打的中高级豪华轿车品牌，天籁以崭新的科技，将 DrivingTechnology（精确驾控工程学）及 ComfortTechnology（绝对舒适工程学）做了完美搭配，将中型轿车的设计概念带入一个新的境界。东风日产乘用车公司成立于 2003 年 6 月，从事 NISSAN 品牌乘用车的研发、采购、制造、销售、服务业务，是国内具备全价值链的汽车企业之一。2019 年 10 月，2020 款东风日产天籁正式上市，推出 6 款车型，成为乘用车市场受追捧的一款商务豪华轿车品牌。

## 2019 年数字营销影响力表现

2019 年，东风日产累计终端销量达到 117 万辆，在车市整体增速持续放缓的大背景下实现了 0.3% 的同比增长。其中日产第七代天籁 ALTIMA 2019 年 12 月终端销量达到 1.2 万辆，环比增长 18.9%，1-12 月累计终端销量 8.6 万辆，取得了不错的市场成绩。

## 代表案例

**项目名称：**改变，从第七代天籁开始

### 一、营销背景：

2018 年底，东风日产推出第七代天籁。日产天籁作为曾经的经典热门车型，以及中级车市场的佼佼者，深刻的根植在 80、90 后一代的成长记忆中。第七代天籁作为天籁系列的全新一款，带来了更年轻犀利的设计，更丰富的科技配置和更强劲的动力表现，推出超变擎等诸多全新的概念，“改变”是天籁七代与生俱来的特质，但是如何向年轻的目标用户群体传递出新车型超变擎和改变的品牌理念，是第七代天籁上市之际亟需要解决的问题。



## 二、营销目标

**目标受众：**25-40 岁的中青年群体，他们事业小成，注重生活品质，对天籁系列汽车有着既有认知，喜欢尝试新鲜事物。

**营销目标：**向目标用户传递出第七代天籁的全新改变！

## 三、核心洞察与创意

**洞察：**社交场景是目标用户生活中最常使用的生活场景，汽车作为较高价值商品，消费者从需求产生到购买决策之前，往往会通过社交软件向朋友或 KOL 进行咨询，亦或者是通过浏览器或搜索引擎进行相关信息的查询。搜狗输入法、搜狗浏览器深度覆盖用户的社交场景和资讯场景，用户层级与第七代天籁的目标受众年龄层重合度高、用户标签相似，能有效覆盖品牌目标群体。

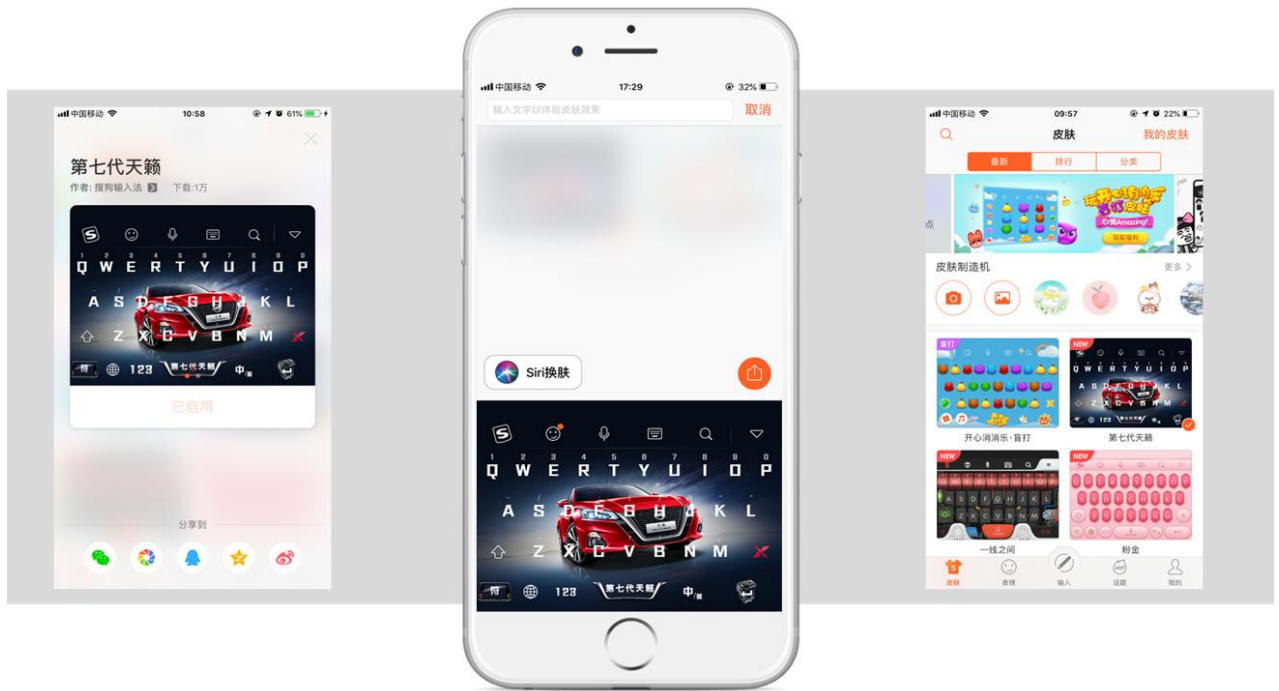
### 核心创意：

借助搜狗输入法抢占用户社交对话的第一场景，设置第七代天籁版定制输入法皮肤，让用户可以第一时间看到第七代天籁的相关品牌信息。同时，借助搜狗输入法掌握的用户输入大数据，当用户输入相关关键词时会第一时间触发彩蛋，出现第七代天籁的相关信息。

## 四、执行过程

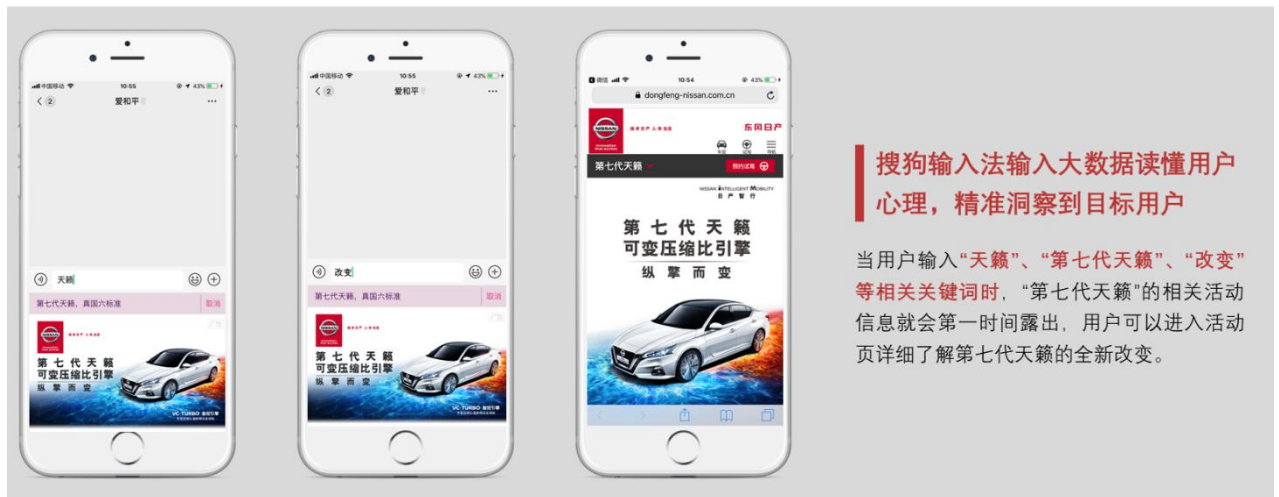
### 1、第七代天籁定制版输入法皮肤，抢占用户社交第一高频场景；

首先，我们需要解决用户信息透传的问题。东风日产第七代天籁携手有着 4.5 亿日活用户的搜狗输入法，打造“第七代天籁”定制版输入法皮肤，抢占用户社交输入的第一场景，用户每一次使用输入法打字的时候，都将第一时间看到第七代天籁的车型等信息。


**第七代天籁定制版输入法皮肤**

## 2、输入法“第七代天籁”彩蛋，精准定位目标客户，透传车型改变；

借助搜狗输入法掌握的用户输入大数据，读懂用户心理，精准洞察到目标用户。当用户输入“天籁”、“第七代天籁”、“改变”等相关关键词时，“第七代天籁”的相关活动信息就会第一时间露出，用户可以进入活动页详细了解第七代天籁的全新改变。


**第七代天籁 Mini 智能卡片**

## 五、营销效果

实现品牌信息的最大化曝光。基于搜狗输入法 4.5 亿的日活跃用户，第七代天籁的改变信息通过定制版输入法皮肤和关键词彩蛋背后的 Mini 智能卡片实现了品牌信息的最大曝光，定制版皮肤下载量达到 24.5 万，品牌信息曝光量达到 7100 万，智能卡片点击量达到 161 万。

精准定位到对天籁有着认知和需求的目标用户，当用户输入“天籁”信息时，第一时间弹出第七代天籁相关车型信息，实现了用户输入-触发-查看-下单的路径传播，缩短用户决策周期，将广告信息与受众需求相结合，引流落地页收集用户信息超过 1000+。

**24.5万**

定制版皮肤下载量

**7100万**

品牌信息曝光量

**161万**

Mini智能卡片点击量

**1000+个**

引流落地页收集用户信息