

上汽MAXUS D60上市创意营销

- ◆ 广告主: 上汽MAXUS
- ◆ 所属行业: 汽车
- ◆ 执行时间: 2019.07.24-08.18
- ◆ 参选类别: 创意类

上汽MAXUS D60将于7月开启“蜘蛛智选”平台定制

全民定制 自由越享SUV

MAXUS **D60**



上汽MAXUS D60作为SUV车型，主打**“全民定制”**。用户可在上汽大通的**“蜘蛛智选”平台**，依据自身喜好定制属于自己的D60。品牌希望借助媒体平台优势，向**3-6线城市青年人群**传达上汽MAXUS D60上市信息，同时，知晓并了解**“蜘蛛智选”定制优势**。

我们的挑战：

- 如何利用微博社会化平台优势，通过简洁并具有趣味性的方式，向目标TA传达上汽MAXUS 车型线上定制功能优势，提升“蜘蛛智选”平台知名度；
- 同步为上汽MAXUS D60新车上市活动做预热。



微博作为社会化媒体平台，覆盖上汽MAXUS D60目标用户

当前月活

4.65亿

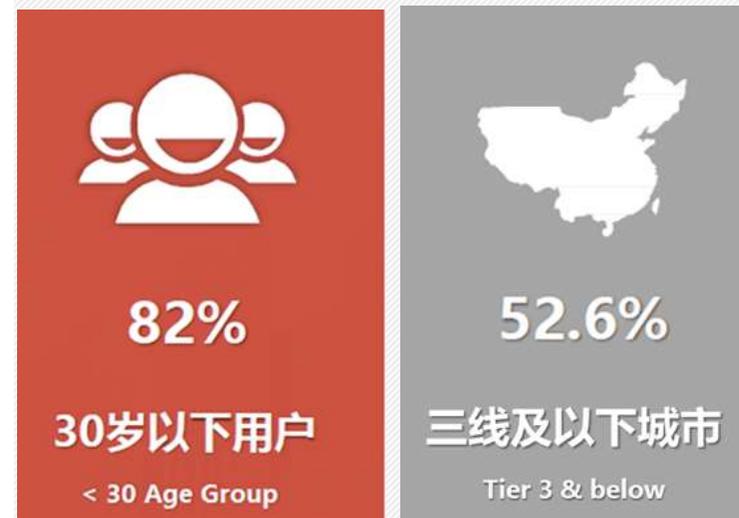
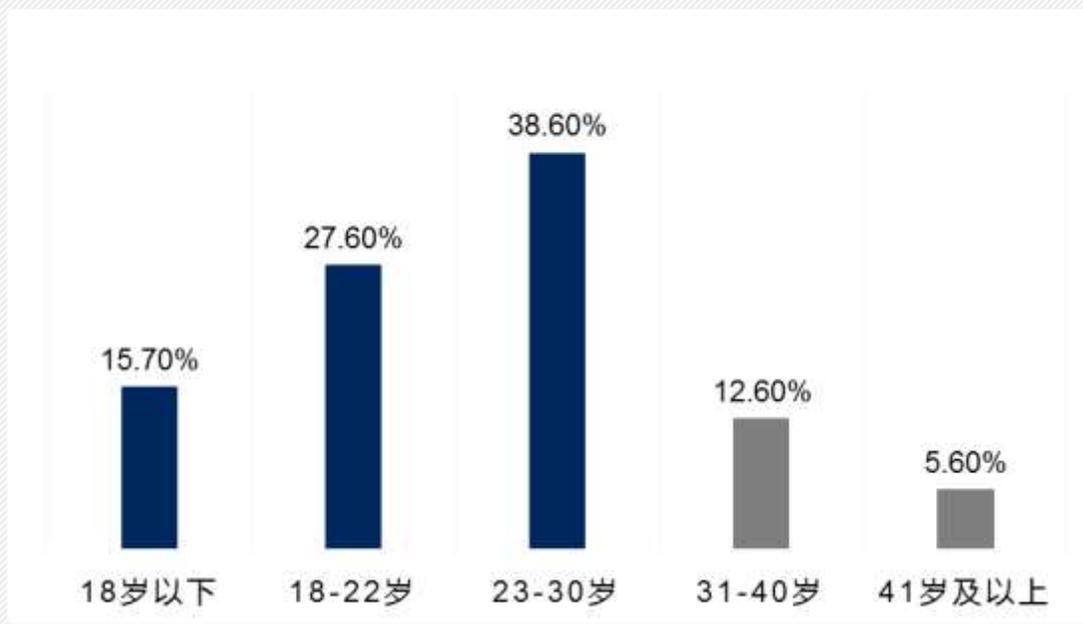
当前日活

2.03亿

移动占比

94%

微博用户年轻化，30岁以下用户超八成，
区域覆盖进一步向三到六线城市下沉，覆盖度达52.6%。



以微博开放式平台优势，打造趣味场景化互动活动——

拒绝套餐，我要单点

基于蜘蛛智选平台的定制功能，瞄准买车人群“为无用配置买单”的痛点，挖掘生活中的类似“套餐”痛点：如话费套餐、健身套餐、出行套餐等，借此引发网友共鸣，迅速拉升网友对蜘蛛智选平台定制功能的认可度，为上汽MAXUS D60上市营造期待。



拒绝套餐，我要单点

发挥微博社交媒体优势，为上汽MAXUS D60打造集话题、互动、传播于一体上市创意营销

01 |

共鸣话题打造

打造#拒绝套餐我要单点#社交话题，并通过大V引领炒作，引发网友共鸣

02 |

创意互动策划

洞察生活中常见的套餐痛点，以吸睛画风引导网友H5参与，提升车型认同感

03 |

优质资源推广

通过微博曝光型+精准型媒介组合传播，提升上汽MAXUS D60品牌声量

01-话题 | 打造#拒绝套餐我要单点#热点话题，引发网友共鸣



题图及头图体现车型及品牌权益

导语体现上汽MAXUS品牌权益

通栏体现上汽MAXUS D60权益

上汽MAXUS品牌官微置顶

五大KOL引领#拒绝套餐我要单点#话题讨论及传播

美食类KOL-@食遇姚瑶

汽车类KOL-全球汽车阿飞说

旅游类KOL-全球旅游攻略



美食类KOL-天天美食推荐

娱乐类KOL-圈内扒爷

五位新浪大账号加入#拒绝套餐我要单点#讨论

@汽车播报家



@低调出行有内涵



@汽车视频



@微博汽车



@新浪汽车



上汽MAXUS联动多个品牌共创#拒绝套餐我要单点#热点话题



02-互动 | 策划“拒绝套餐我要单点#”创意H5，吸引参与

洞察生活中用户被套餐的典型痛点，选择生活化情景——理发店，以第一人称的情景体验，引发用户共鸣；通过夸张且极具特色的画风，贴合用户习惯的H5互动设计，提高内容趣味性，逐步引出#拒绝套餐我要单点#的品牌活动主张。

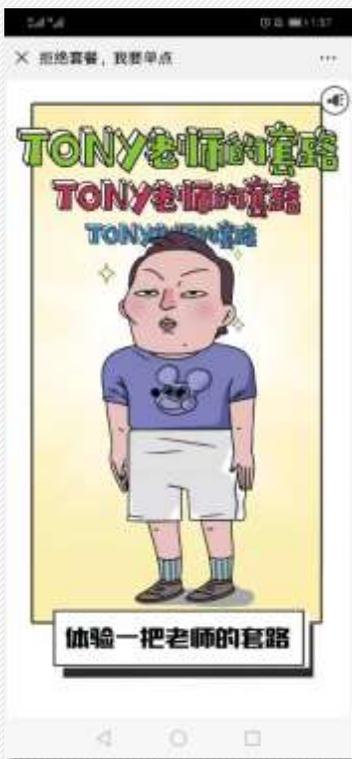
抓住共鸣槽点

吸睛暴漫画风

自然趣味交互



H5互动以Tony老师的套路引出“我要单点”的用户需求

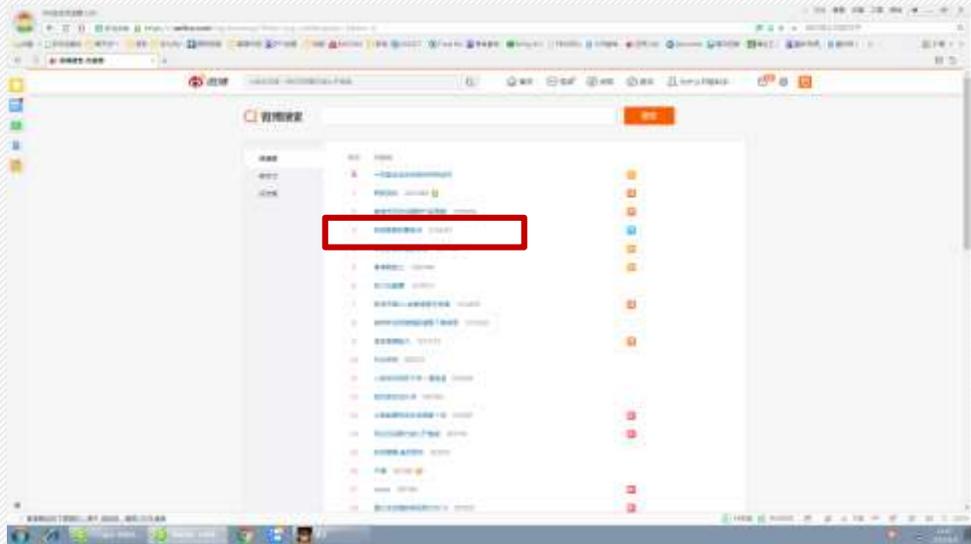


H5互动以Tony老师的套路引出“我要单点”的用户需求

H5同步进行集客



资源 | 微博热搜榜为#拒绝套餐我要单点#话题引流，提升品牌曝光



微博品牌速递圈定上汽MAXUS目标TA，精准推送H5活动



上汽MAXUS D60上市活动，缔造了上亿阅读量与曝光量



#拒绝套餐我要单点#话题

阅读量**1.1亿** 讨论量**22.5万**



定制H5专题浏览量共计**58164次**

收集Leads **2471个**



硬广总曝光**70,010,617**

总点击**1,346,862**



5位微博大V参与原创发布博文，

共带来转发**2292**，评论**1821**，点赞**3385**，阅读**2792146**