

全新途安L跟超爸去拓界之跨界营销

- ◆ 广告主：上汽大众
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2018.08.27-09.30
- ◆ 参选类别：跨界营销类



2018 全新途安L拓界版 焕新驾临

你的孩子是向往在小鸟的歌声中醒来？是否向往在澄澈的空气里尽情深呼吸？是否向往在静谧星空下享受一场草虫浅唱的安眠？现在，全新途安L新车上市，品牌希望以“**亲子/家庭**”为切入点，来一场与受众**深度捆绑**的创新玩法，让孩子与爸爸妈妈远离都市喧嚣，在行程中体验途安L车型卖点

车型升级 途安L “L” 认知

途安全面升级至途安L，全新途安L随变空间，装载与众不同的可能，传递全新途安L “更灵活” 卖点



辐射家庭/亲子人群

途安全面升级至途安L，全新途安L关怀倍智，给你无微不至的安全感，传递全新途安L “更安心” 卖点



合作洞察

从家庭/亲子家庭关心的教育问题入手，寻找合作模式

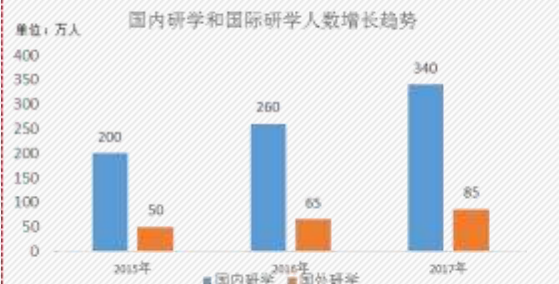
教育是主旋律

自然研学-孩子读万卷书 更行万里路

时下最受欢迎的**学习新道**



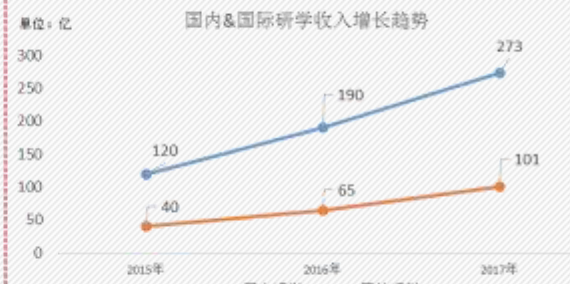
- 研学市场人群 -



自 2015 年起研学人数后迅速增长，境内+境外研学由2015年的250万人激增到2017年的425万人，并仍呈不断扩张趋势



- 研学市场收入 -



自 2015 年起研学活动带来的研学市场收入也急速随增，境内+境外研学由2015年的160亿收入，增至2017年的374亿收入





合作策略

途安L携手新浪携手坚果派，开展一场**辐射亲子家庭的创造之旅**



社交互动

跨界KOL

在线直播

O2O联动

病毒视频



坚果派研学教育，研学市场的业界第一！

成功携手**5000**个家庭携手同行

20大课程覆盖**五**大洲**20**个国家和地区



创始人奥美总裁——Angel Chen

倾力打造，亲自上阵。国内各地方站联手，海外伦敦同步驻扎。广告人经验撑起教育业一片天

懂教育！懂品牌！懂营销！



西双版纳热带雨林的探险之旅在线招募，助力途安L销售线索收集



点击了解更多跳转新浪汽车软文报道



跨界KOL 微博互动/直播

科技、旅行、汽车类KOL**微博发布**，用户同步了解西双版纳进程



微博晒美照



微博晒美照



8.28 直播1



微博直播

2场视频直播

8.30 直播2



微博直播



O2O联动 途安L成为西双版纳研学专属座驾

大众途安L线下全面植入西双版纳研学项目



研学专属座驾



研学学员/家长合影 车型植入



研学学员/家长 服饰植入



病毒视频 神秘乐土

研学视频产出，大众途安L多维度露出

车型权益体现



片头



片尾鸣谢



浮层



高底盘

车型性能体现



大空间



大屏幕



大天窗



高底盘



二次传播 跨界KOL+频道输出

KOL转发病毒视频/随行编辑产出**随行文章**，途安L卖点融入其中



主妇手记 知名育儿博主
粉丝数：219W



哈先生旅行 去哪儿聪明旅行家
粉丝数：186W



微博转发病毒视频

随行编辑产出文章



社交讨论量

为大众全新途安L创造了**超过1.2亿**的话题阅读量



微博搜索

#跟全新途安L超爸去拓界#

搜索

高级搜索

上汽大众 All New Touran L 全新途安L
实力承载美好

#跟全新途安L超爸去拓界#
实力承载美好，与“超爸”一起，
开启雨林探险之旅

雨林探险

天逸利星徽新
REGAL 452TQ1

Volkswagen

#跟全新途安L超爸去拓界#
阅读1.2亿 讨论1.3万

分享 申请主持人

综合 实时 热门 视频 图片



H5互动量

为大众全新途安L收集了11,456个销售线索



点击了解更多跳转新浪汽车软文报道



社交互动量

15位KOL参与研学视频扩散，引发**3W+**转评赞，达到**180W+**围观



捡书少年
粉丝数：345万



无须豆蔻
粉丝数：233万



徐铁人
粉丝数：170万



黑客师
粉丝数：327万



燕儿丫丫
粉丝数：204万



IT工程师
粉丝数：174万



科技狂想家
粉丝数：118万



维尼小熊
粉丝数：308万



刘铮-行走的二次元
粉丝数：174万

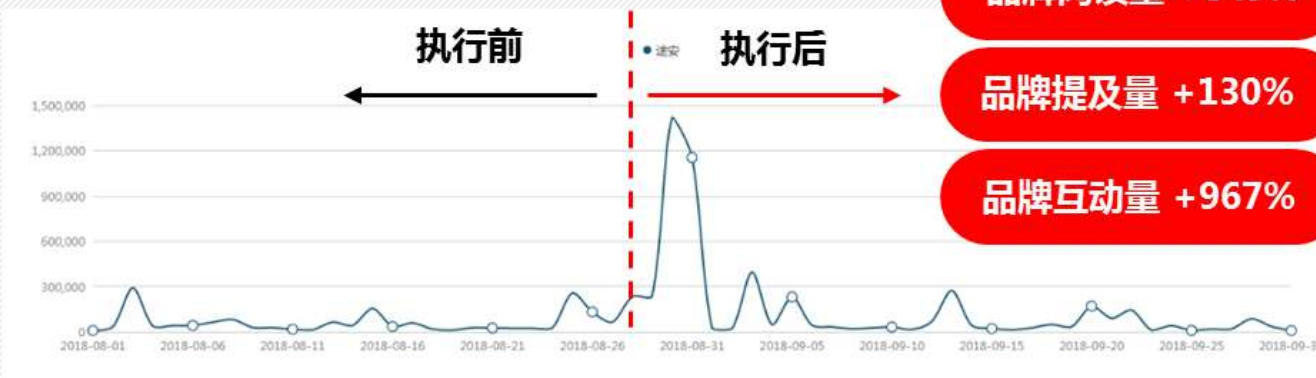




途安L车型声量洞察

投放后，途安L获得大量曝光，车型声量明显提高

品牌获得大量曝光 车型声量明显提高



大众途安L进入大众视线

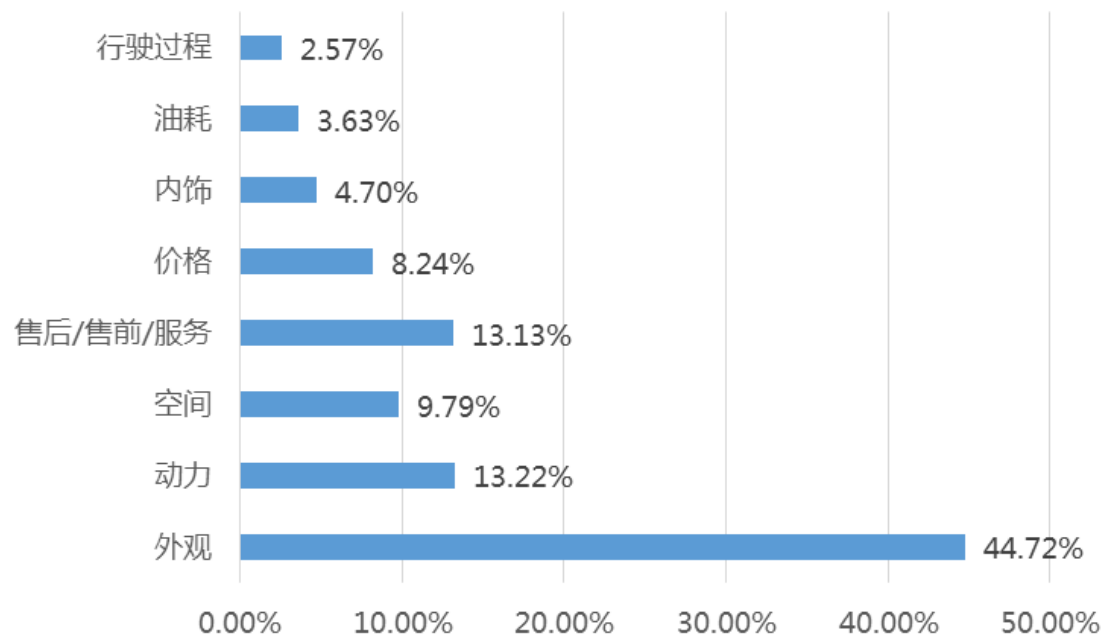




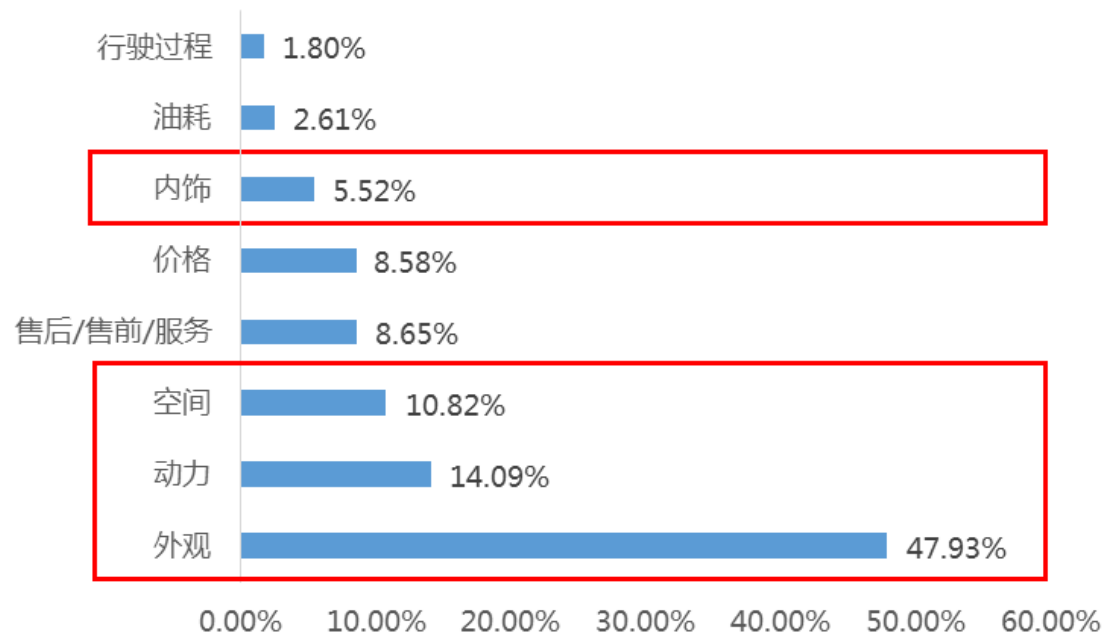
途安L用户关注卖点洞察

外观、动力、空间、内饰等车型亮点关键词明显上升

活动前 (8.1-8.26)



活动期 (8.27-9.30)





提及大量车型专业名词，用户对于该车型的专业层面认知明显提升

活动前 (8.1-8.26)



活动期 (8.27-9.30)



专业阅读量

投放后
投放前

221%

专业互动量

投放后
投放前

264%

途安L

自然研学



这是一场

旅游 + 教育 + 亲子的跨界融合活动
虎妈猫爸共同认可的个性化教育新模式
大众途安L & 车主深度捆绑的创新玩法
大众途安L率先开启的“车+研学”营销新模式