

广汽丰田C-HR 上市一周年传播

- ◆ 广告主：广汽丰田
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2019.06
- ◆ 参选类别：内容营销类

be together



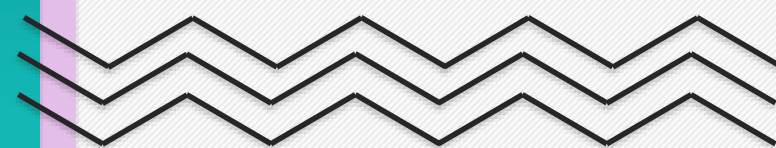
#我们
官宣1周年#

Love

Sweet

#我们官宣一周年#

广汽丰田C-HR上市一周年传播





“然而，用户调研结果显示.....

1 用户对C-HR产品力感知尚未建立
更多仍停留在车型的外观、潮流标签上

2 在购买场景下
价格往往成为制约成交的门槛

C-HR上市一周年
怎样针对广泛用户
传递C-HR高价值认知
提升购买意向?

C - H R = 没有实力的“偶像派”吗？

同级SUV中，C-HR具备竞品无法匹敌的超强驾控感及安全感



强

40%热效率

全新2.0L Dynamic Force Engine发动机
模拟10速Direct Shift-CVT



稳

纽博格林调校

双叉臂式独立后悬架
后轮随动转向辅助系统
ACA主动转向系统



安全

无畏前行

丰田独有GOA车身
全系配备10SRS安全气囊



被外表耽误的“实力派”！

那么，如何打消消费者疑虑，突破价格门槛进行购买了解？

C-HR的好，他们最清楚！

车主证言，深化形象



车主形象具象化+车主口碑证言
强化车型高价值形象及产品力

成功打造一波属于C-HR的社交话题扩散与车主内容传播
引爆周年上市声量，成功输出及扩散车型



#我们官宣一周年#

周年线

一周年热点话题引爆

娱乐热点话题炒作，引爆周年上市声势

话题引流 ↓ ↑ 反哺话题

话题引流 ↓ ↑ 反哺话题

提升车型声量
深化车主形象

车主线

C区玩家周年互动

触达车主，建立专属库

C-HR车主故事

口碑输出，建立形象

上市一周年X车主故事双线并行，
打造噱头性娱乐话题**#我们官宣一周年#**
深化车主形象，强化车型高价值形象与产品力

传播亮点



1 悬念话题引发全民官宣

6月23日13:14分前，
各大圈层KOL率先爆料，
埋下话题及官宣周年事
件，聚焦全民关注，号
召网友参与话题互动

2 媒介资源助力悬念发酵

6月23日13:14分后，
热点视窗、话题页释放
悬念，全面揭晓官宣事
件，引爆C-HR上市一
周年事件

3 车主亮相官宣C-HR

承接话题热度，4位
车主故事上线，深化
C-HR车主形象

一周年当天，以“13点14分”作为炒作转折点
全面释放C-HR形象，引发全民官宣互动
制造专属C-HR的官宣时刻



大V爆料
悬念预热

KOL发布悬念式预告
引发全民猜测互动

全民官宣
引爆话题

发现页热点视窗打造官宣悬念
KOL+热搜+运营资源扩散

STEP 1: 大V爆料, 悬念预热

6月23日 13:14分前

周年造势 引爆话题

周年线

各大圈层KOL率先爆料

埋下话题及官宣周年事件, 聚焦全民关注

热点资源扩散悬念

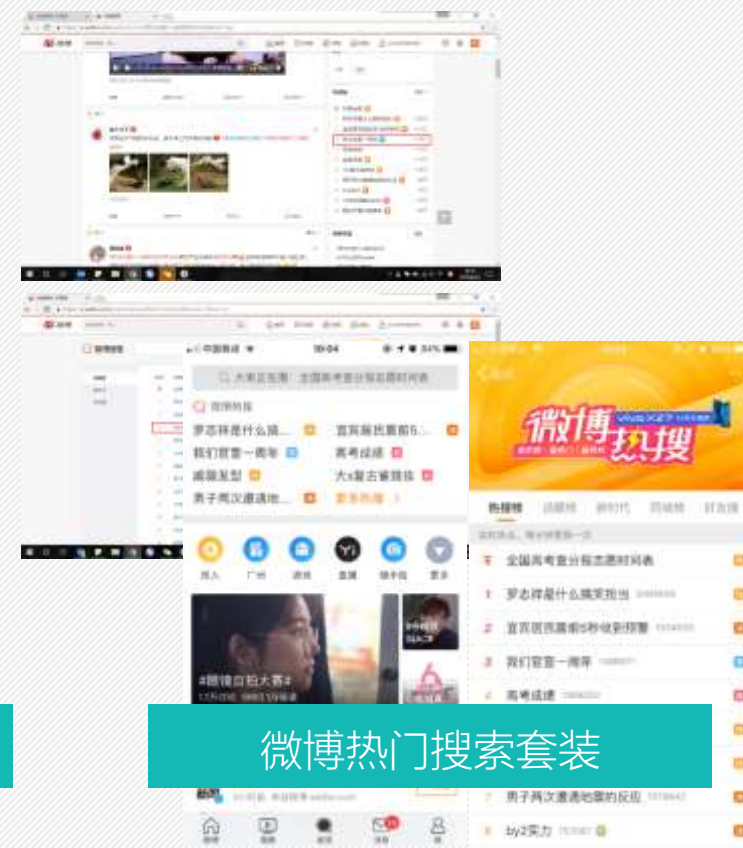
超级媒介助力打造超级热点



预热期触达超**2375万**粉丝人次



微博发现页热点视窗



微博热门搜索套装

STEP 2: 全民官宣, 引爆话题

6月23日 13:14分后

热点视窗、话题页释放悬念
全面揭晓官宣事件, 引爆C-HR上市一周周年事件



13:14分官宣时刻悬念借势



多圈层 KOL 揭晓悬念
转发微博, 号召网友参与话题

6月24日后

周年造势 引爆话题

周年线



大家都在搜: 我们官宣一周

默认热门搜索上线

持续炒热官宣话题, 扩散C-HR上市一周周年事件

引发网友持续参与讨论

大V+热点资源成功打造悬念, 纷纷猜测, 话题发酵成功



车主线

C区玩家 车主集结

专题页链接: <https://car.weibo.com/brand/43263>



借势#我们官宣一周年#话题热度
以超强奖品利诱，掀动声势寻找#C区玩家#

C区玩家召集令

如果你是C-HR车主.....

填写个人联系信息，亮出车主身份，
即有机会解锁车主专属福利

如果你还来不及成为C-HR车主.....

加入C区玩家，和有品位有追求的车主玩在一起！
即日起**预约试驾**，即有机会赢取丰厚礼品



车主线

C区玩家 车主集结

专题搭建 阵地打造

搭建#C区玩家召集令#专题页，成为聚合C-HR车主及兴趣人群的主阵地

活动介绍

奖品示意



活动报名

- C-HR车主：填写个人信息即报名成功
- 非C-HR车主：预约试驾赢取抽奖机会

C-HR车型展示

链接：<https://car.weibo.com/brand/43263>

车主线

车主故事 口碑证言

承接话题热度，4位车主故事上线，亮相官宣事件，深化C-HR车主形象

#我们官宣一周年#：以车主之名，诉说C-HR优势卖点

高品辣妈——安全

时尚女神——外形

彩绘达人——科技

运动铁粉——操控



追求高品辣妈，为何偏爱C-HR?

点击了解C-HR车主的详细故事



自带光环女神，为何偏爱C-HR?

点击了解C-HR车主的详细故事



艺术彩绘达人，为何偏爱C-HR?

点击了解C-HR车主的详细故事



极限运动铁粉，为何偏爱C-HR?

点击了解C-HR车主的详细故事



<http://auto.sina.com.cn/xs/2019-06-26/detail-ihytcerk9502621.shtml>

<http://auto.sina.com.cn/xs/2019-06-27/detail-ihytcitk8060435.shtml>

<http://auto.sina.com.cn/xs/2019-06-27/detail-ihytcitk8064724.shtml>

<http://auto.sina.com.cn/xs/2019-06-26/detail-ihytcitk7862257.shtml>

围绕C-HR车型卖点，输出车主图文故事 为C-HR实力强势证言！



车主线

车主故事 口碑证言

车主故事
精准触达

车主故事分别挖掘人群标签进行投放，覆盖多样潜在兴趣人群



明星
粉丝

购物
时尚

健身
运动

影视
娱乐

美容



健身
运动

餐饮
美食

旅游
酒店



励志与
情感

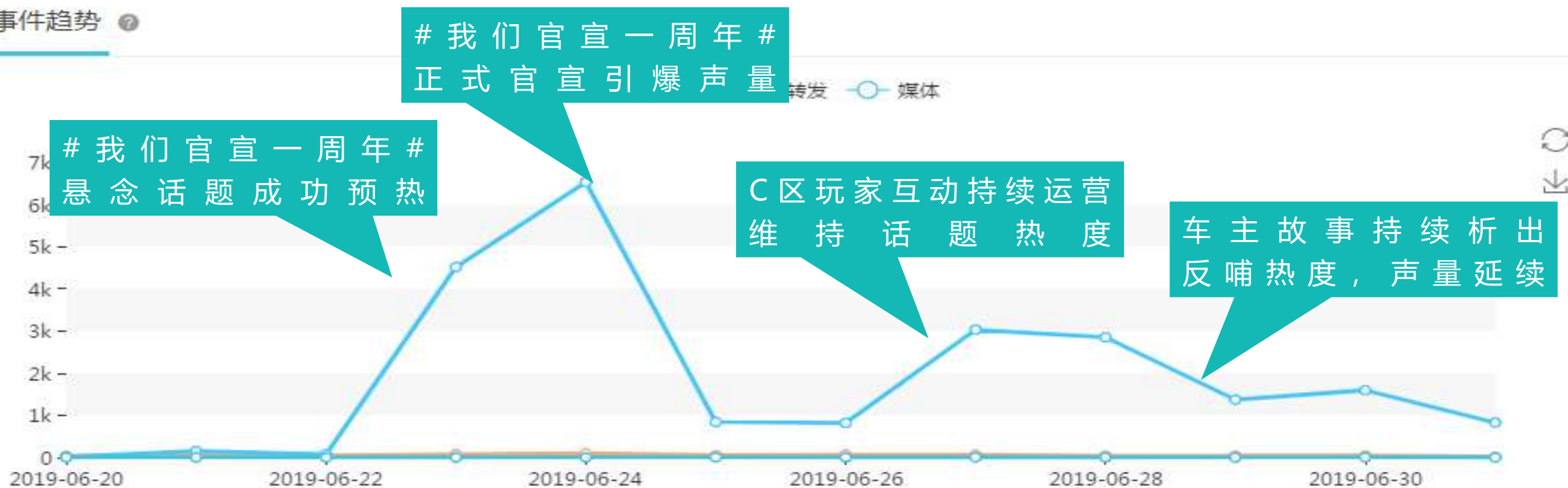
互联网
与电子
产品

游戏
动漫

通过有节奏的话题运营，C-HR微博舆论声量迅速飙升，热度持续不断

C-HR微博舆论走势

事件趋势 ?



C-HR在6月23-24达到最高峰，且后续通过C去玩家互动及车主故事持续析出，C-HR热度持续不断

多圈层KOL参与#我们官宣一周年#周年话题扩散，整体触达粉丝量达1.68亿



10个新浪大账号 + 23个各圈层KOL共发布40条博文
整体互动量达5万次，触达超1.68亿粉丝



成功带出一周年信息及C区玩家周年互动信息，深化车型形象及认知

传播前



C -HR相关联想以#六一/表白/攻略#互动信息为主

传播后



一周年、车主及C区玩家互动信息成功析出

C - H R 车型卖点成功释出，用户更关注车型信息



成功收割一波车粉/路人的纷纷好评，品牌好感进一步提升

6-26 22:38

公益媒体人Regina

#我们官宣一周年# 款比较适合年轻人驾驶的车辆，外观很动感、很时尚，第一次看到她，就被她的外形所吸引。丰田标志性的大嘴巴前脸，加上一对炯炯有神的丹凤眼，让人感觉很干净、整洁。整车流线型很好，车身较长，在A级车中是很领先的。

6-26 07:13

大林子的林子大了

#我们官宣一周年# 作为一名新@广汽丰田车主，

7-2 10:25

李泥jia菠萝蜜

丰田就是硬气啊！能活出自己，才能活的精彩！

胖胖家族20863: 这车帅气十足，喜欢的不得了

niubility1122: 要加油啊！冲！

6-27 10:25

Spirit刘小波

这个颜色好好看啊，对于女人来说，什么都没有好看重要

-休闲型-: 这个颜色对男人来说也很好看

你的齐天呀: 嘿嘿，好看的皮囊千篇一律

共10条回复 >

7-2 10:25

转发 评论 赞

7-2 10:17

共10条回复 >

6-27 11:02

春晓高晓

短轴距车身带来的是优异的操控性能，靓丽的外形，这是C-HR的一个卖点。

广汽丰田: C-HR 就是酷!

6-27 16:14

今晚官博20:00有抽奖活动，大家记得留意哟~ 小编等大家

6-23 23:52

米思特顾先生

我的第一辆酷车 喜欢

广汽丰田: 好看！玩的就是一个酷字

6-23 23:52

吉川妮春子_Luffy

#我们官宣一周年# 啊啊啊啊啊~C-HR一周年了！跟C-HR巨有缘分，在这特别的日子里！咱们也5周年了~陈先生还记得当初的表白嘛？

广汽丰田: 请陈先生再来一次表白

6-23 13:52

Mr脚踩王

转发 评论 赞

6-23 13:52

转发 评论 赞

be together



广汽丰田
品质感动世界

#我们
官宣1周年#
Love
Sweet

THANK YOU

#我们官宣一周年#广汽丰田C-HR上市一周年传播

