

广汽丰田全新雷凌520刷屏计划

- ◆ 广告主：广汽丰田
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2019.05-07
- ◆ 参选类别：内容营销类

**Lovin'
Levin!**
就爱雷凌!



#情话满分的L君是谁#

广汽丰田全新雷凌 5 2 0 刷屏计划

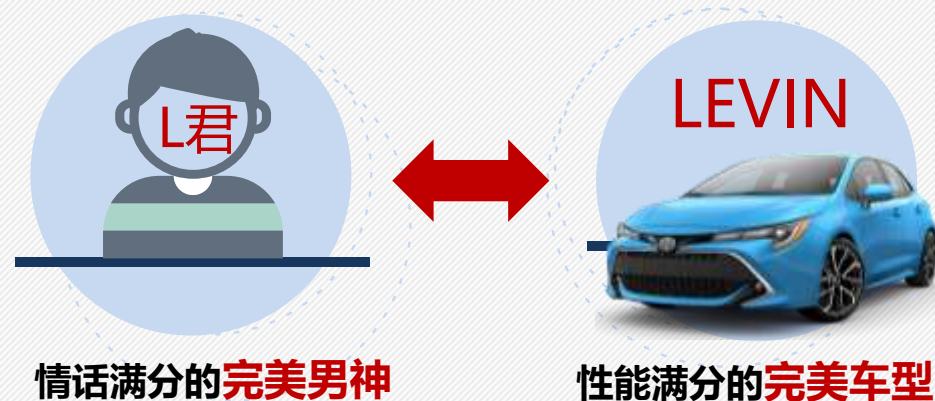


全新一代雷凌将于5月20日上市

首款TNGA平台架构下的中级车
时尚潮流感进一步升级

在520当日通过悬念表白事件引爆雷凌上市
将全新一代雷凌上市信息广泛告知目标受众

520什么人最受欢迎，当然是**情话满分的男神！**



通过虚拟明星形象与全新雷凌卖点关联
打造悬念话题**#情话满分的L君是谁#**

传播策略

#情话满分的L君是谁# 全新雷凌520刷屏计划

结合520节日热点x悬念式话题引爆x下拉传送门创新媒介
打造一波兼具热点及创意的全新雷凌上市强话题传播，刷屏效应引爆上市关注

热爱联结人群

基于用户洞察，以热爱打动目标受众，提升品牌好感度

520热度嫁接

借势520节日讨论热度为全新雷凌上市发布引流

悬念话题引爆

微博平台悬念式运营+KOL扩散引爆全民讨论

创意媒介吸睛

微博首页下拉传送门强势吸睛，打造刷屏效应

全民互动刷屏

全民用户见证雷凌热爱时刻扩散新车上市信息

车型卖点强化

视频+文章+漫画
优质内容输出车型卖点



L君雷凌引爆传播背后的**四大亮点**



娱乐热点话题炒作

打造兼具娱乐+悬疑的互动话题#情话满分的L君是谁#，制造上市悬念，引爆用户关注与猜测



创意媒介形式运用

通过微博三小时下拉刷新+一小时传送门创新广告形式告知上市信息



有奖告白全民互动

全民发博为雷凌告白，有奖互动激发用户参与热情



圈层跨界扩大影响

汽车、娱乐、科技、生活时尚、搞笑段子五大圈层KOL卷入参与，突破传播壁垒，覆盖广泛人群

■ 悬念打造——话题上线，率先预告

5月20日 上午

#情话满分的L君是谁#双端话题页率先上线

预告活动引发关注，同时打造全新雷凌520刷屏计划传播核心阵地



PC端话题页



移动端话题页

注：为制造悬念此时雷凌车型信息暂不露出

悬念打造——外部造势，制造悬念

5月20日 20:00前

热搜 + KOL全面点燃话题热度，引发网友猜测，为520晚8点创意事件蓄力



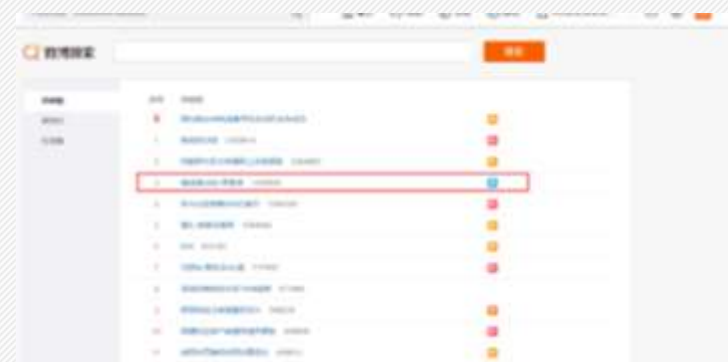
微博移动端搜索页入口



微博移动端热搜榜入口



微博PC端搜索结果页右侧榜单第三位



微博PC端搜索页第三位



@看评论也是醉了
粉丝566万



@娱乐八卦厅长
粉丝428万



@毒舌扒客
粉丝364万



@爆笑小视频
粉丝576万



@仙菇和星座的日常
粉丝521万



@明星娱乐头条
粉丝329万



@单身的日常
粉丝358万



告白热爱——悬念揭晓

5月20日 20:00

双端话题页更新，雷凌形象全面露出，悬念揭晓雷凌登场



告白热爱——悬念揭晓

5月20日 20:00—24:00

下拉传送门+下拉刷新创新广告，制造雷凌上市惊喜



满分情话

落地页

新车形象

20:00上市开启告白热爱传送门
亮相新车+视频+留资H5引爆关注



全新雷凌
邀你为热爱表白!



21:00—24:00释放车型价格素材
引导用户互动解锁热爱福利

落地页链接: <https://car.weibo.com/brand/43165>

告白热爱——全民互动

5月20日 20:00

官方微博跟进发起有奖互动，刺激全新雷凌上市信息全民扩散

参与方式

Step1 截图

5月20日-5月22日，用户可对微博下拉广告或雷凌上市相关图片/视频进行截图

Step2 发微博

用户带话题#情话满分的L君是谁#，带截图即算参与成功

Step3 公布结果

5月23日，广丰将从参与用户中选择用户送出奖品

奖品设置



手摇咖啡机



复古键盘



移动电源



笔记本



@广汽丰田
粉丝108万

告白热爱——全民互动

5月20日 20:00—24:00

各圈层KOL扩散雷凌上市信息&互动活动，吸引广泛人群参与

汽车圈层



@开车编辑部
粉丝71万



@搞车大魔王
粉丝45万



@娱乐八卦厅长
粉丝184万



@娱乐圈小可
粉丝547万



@明星娱乐头条
粉丝331万

娱乐圈层

搞笑段子

科技圈层



@单身的日常
粉丝358万



@看评论也是醉了
粉丝566万



@爆笑小视频
粉丝576万



@科技的那些事
粉丝112万



@Pandora占星小巫
粉丝1374万



@笑多了会怀孕
粉丝511万



@全球幽默趣事
粉丝884万



■ 延续热爱——稿件+视频+漫画多形式解读车型卖点，深化车型认知

新浪汽车原创稿件上线

7月3日

新浪汽车原创稿件进一步告知新车到店信息 新浪大账号+门户黄金资源全面扩散



@新浪汽车原创及直发
粉丝1057万



@搞车大魔王转发
粉丝49.3万



■ 延续热爱——稿件+视频+漫画多形式解读车型卖点，深化车型认知

专业视频趣味解读车型卖点

7月11日

新浪汽车自媒体 《KEN TV》原创视频 专业解析车型优势，汽车KOL跟进发布扩散



@吴佩
粉丝50万



@车友汇
粉丝150万



@汽车视频
粉丝80万

KOL微博文案带留资
专题链接，看完视频
对车型感兴趣用户可
直接预约试驾



<https://car.weibo.com/brand/43260>:专题链接

■ 延续热爱——稿件+视频+漫画多形式解读车型卖点，深化车型认知

原创漫画场景诠释车型亮点

7月18日

知名动漫KOL@山药Gon

跨界解读全新雷凌

以逗趣网感的内容诠释

为雷凌赢得广泛年轻

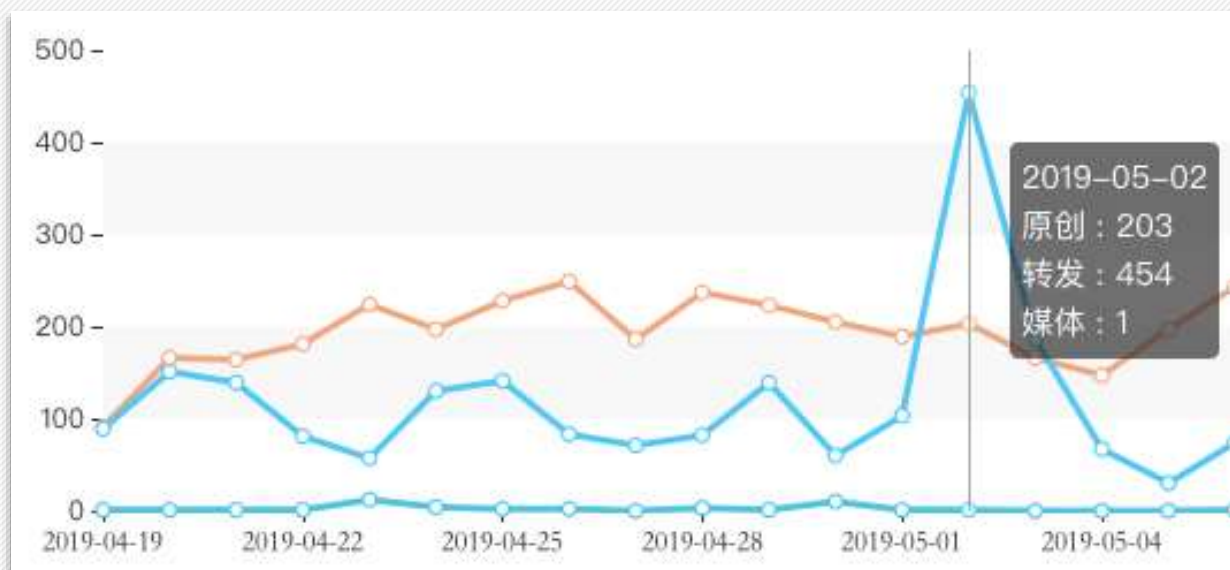
用户的好感

《早獭号外：成为超级英雄的秘密在此



L君**LEVIN**的炫酷出道引发了多大的**轰动**？

➔ 传播期间微博讨论量**极速攀升**，超过日常**十倍**



传播前一个月平均讨论量为**200左右**



传播期间讨论量最高值达到**4,466**

话题阅读量高达**1.2亿**，讨论**1.1万**，晋升微博热门话题

阅读量
1.2亿



讨论量
1.1万

成功告知强化全新雷凌上市信息，深化车型潮流时尚的形象及认知

传播后



传播后认知关键词聚焦在“全新雷凌”、“换代雷凌”
全新换代雷凌上市信息成功传达

对品牌&车型的效果

收割一大波车粉/路人的兴趣及好评，为品牌扩大用户池

小乙己 这个很是厉害了啊。我有机会中奖吗，我很想要的啊



很厉害

师傅越来越幽默kopek 5月21日 01:29

很想要用它入手的节奏啊，看着他很好

购买意愿高



诚信达一分惠

#情话满分的L君是谁# 原本想看激情告白，没想到种草了一辆车 感觉给雷凌云壁咚了 哈哈，不小心吸了个彩虹屁。。。。

感觉给雷凌云壁咚了

哈哈



connie_cj

#情话满分的L君是谁# 吃了一天花瓜，原来是它...新雷凌还是蛮帅的~

原来是它...新雷凌还是蛮帅的~



颜值高



禹挥绢3271

#情话满分的L君是谁# 全新雷凌是要碾压思域的节奏吗？这价格这配置，本来还在纠结选谁好 现在一看就是选L君啦。

性价比高



唐门六道小米

5月21日 09:22

价格还可以谈 我觉得家里可以考虑一下了



剥开烫手的栗子

05月21日 08:07

挺有诚意了，全系八气囊，独立后悬

配置好



爱上草莓的西红柿

#情话满分的L君是谁# 全新雷凌上市刚好是我刚毕业需要买车的时候，刷刷配置REAL心动了 买 520实名表白雷凌君和老王@王彦霖 希望有天我们老王能代言 王彦霖

配置好

**Lovin'
Levin!**
就爱雷凌!



T H A N K S

广汽丰田全新雷凌520刷屏计划