

#寻找丢失的旗宝#

红旗H5全景互动信息流传播

- ◆ 广告主：一汽红旗
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2019.06.17-06.26
- ◆ 参选类别：互动体验类

-项目目标和挑战-

传播

外观、内饰依旧
变动集中体现在
配置及细节处
较难获取用户关注

媒体报道较大改款
力度小、密度低，
事件关注和自然
流量相对较少



2019.5
红旗H5小改款上市

无特殊金融和促销
政策撩动消费者神经

项目预算有限
无法支持流量型入口
制造社交热度和关注

挑战



需要仅通过**一条**
信息流广告实现

卖点释放 传播车型改款点

效果收割 收集销售线索

口碑提升 为后续销售铺垫

-传播洞察-



接近 **50条**
平均每人每天接收信息流广告



60.3%
用户在移动端获得碎片化信息

移动互联网培养了用户碎片化的使用特征，信息流广告应运而生，凭借原生内容化、场景化、精准化吸引广告主进行投放。



22.5%
2018年信息流广告份额

随着越来越多广告主的涌入，信息流广告的用户注意力争夺日趋激烈，传播效率放缓。

过去

行业一直致力于通过技术手段
提升信息流广告的转化效率

UV
计划

超级
粉丝通

.....

目前微博中已有了成熟多样的信息流
精准广告产品

以信息流**产品**为中心

一定程度弱化了用户的广告感知
通过精准抓取目标用户促进转化

缺少**消费者**视角的内容表达

直白的宣传品牌活动和车型信息
在车市下行的当下，转化效果受到影响

常见“消费者中心”视角的内容出圈形式

明星

预算有限
无法覆盖流量明星发博费用

蹭热点

走向套路化
很难说出新花样

均不适用于此次红旗H5的传播

我们需要去

寻找更全新出圈的机会点

利用内容和形式创新在 一条信息流的阅读时长 抓住用户的注意力!

我们
不再是我们
我们依然是
我们



领动插电混动
即将上市 敬请期待

#寻找丢失的旗宝#

立足于微博精准广告产品，在精准赋能和场景出圈的基础上，通过聚焦“消费者中心”视角，为红旗定制360度沉浸式全景信息流体验，并制造“旗宝丢失”创意悬念互动，并利用奖品诱导，在瞬间抓住用户注意力成功实现出圈。

场景
出圈

形式
出圈

360度全景展现

内容
出圈

趣味悬疑互动

诱因
出圈

奖品加成诱导

精准
赋能

实现短时间内触达用户并聚集用户关注于车型改款点

产品力

红旗H5 悬疑式 创意 互动360 全景 信息流



场景 出圈

该全景信息流位于微博热门流，位置紧跟热门信息和资讯，恰好符合微博用户通过微博获取热点的使用习惯。
热点场景下的广告内容化推送，帮助红旗H5达到更好的转化效果。

精准 赋能

该全景信息流借助微博精准广告产品，通过社交大数据在汽车泛兴趣池中选取对新车、汽车资讯、轿车、购车指南、国产汽车等热点感兴趣的人群进行投放，为**该条信息匹配到了最有价值的受众**，转化效果突出、投资回报比高。

红旗H5
悬疑式
创意
互动360
全景
信息流



开启话题#寻找丢失的旗宝#

#寻找丢失的旗宝#我司吉祥物旗宝目前已失联超过72个小时，依然没有任何消息！拜托各位帮忙扩散本条微博来#寻找丢失的旗宝#！

1

制造悬疑

谁是旗宝？旗宝走丢了？

2

千金悬赏

千元加油卡福利发放

3

360度沉浸式
全景体验

4

一键参与即可进入趣味H5.....



原来，
旗宝就躲藏在“H5”中

H5既指用户参与的趣味H5也暗指红旗H5

趣味H5中吉祥物“旗宝”准确藏身在车型的改款点处
让用户在寻找的过程中轻松了解到车型改款魅点。



方向盘全新旗标



全新换挡手柄



全新外后视镜



360度全景影像

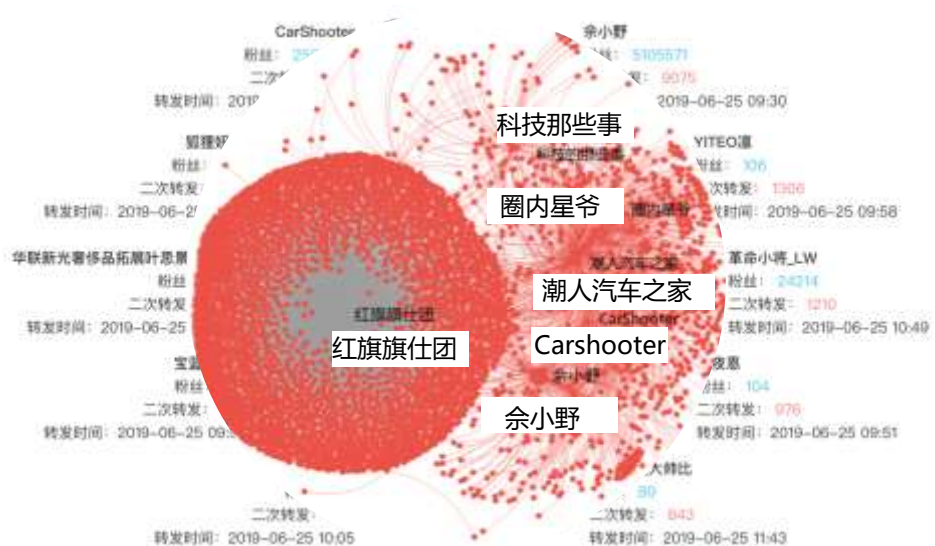
旗宝丢失的消息吸引多圈层大V围观并协助 集结各路人马共同寻找

汽车+科技+娱乐圈层kol转发消息，多角度号召各路网友前来参与，触达多圈层用户关注



-传播效果：曝光出圈-

该信息流原计划通过精准营销产品传递给红旗H5目标受众，无流量入口类资源支持，但凭借出圈的内容设计并借助社会化蛛网式扩散和影响力大V带来的围观效应，最终单条信息流的覆盖人数达**3718万**，相当于收获了**225%** 购买价值的超额流量回报。



360度全景博文传播路径及核心传播节点

单条信息流
累计覆盖人数达

3718万

购买精准包TA实际触达

1143万

触达目标人群

99.99%

超额人群覆盖数达

2575万

达到购买数量的

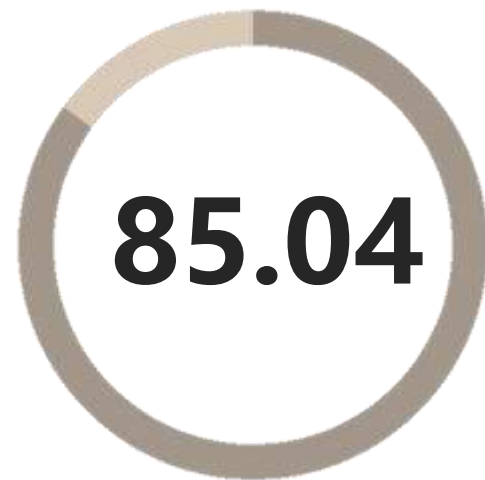
225%

综合该条信息流博文的用户覆盖、阅读互动和传播深度，其社交传播分数高达 **85.04**
该分数已经达到了普通明星的商业博文的分数均值，传播力受到平台专业认可。

单条微博传播指数：85.04



≈



<



单条微博传播指数（指数范围：0-100）旨在综合评价单条微博的传播效果，计算维度包括3个方面：

- 1) 基本传播因素：转评赞、阅读量；
 - 2) 覆盖用户因素：参与传播的独立用户数；
 - 3) 传播深度因素：转发层级；
- 指数越高说明单条微博的传播效果越好

车型好感度提升，用户纷纷表示“设计好看”“支持”“红旗是梦想之车”
车型口碑实现全面提升，为后续售卖奠定基础。



爷帅 V: 值得一看!

6月26日 18:47

回复 | 赞



南无1986: 很棒的车，没有试驾过，不知道实际会如何？设计的很好看

6月25日 17:45

设计的很好看 1



魔法少女-Sakura: #寻找丢失的旗宝# 都9012年了，走丢的旗宝还能找不回来吗！靠我广大粉丝的力量，一定能找到ta!

6月27日 07:59

靠我广大粉丝之力找旗宝



白小吉 V: 对红旗车一起保持一种向往的状态 很喜欢红旗车除了情怀还有中式的设计元素 很爱 帮忙扩散寻找红旗吉祥物

6月24日 10:10

回复 | 赞

很喜欢红旗车除了情怀还有中式的设计元素，很爱



我的花名叫张三疯: 小时候的梦想，买上红旗车

6月19日 10:47

回复 | 3



旧欢似梦: 支持国产车

6月26日 17:51

支持国产车



前小阔: 帮忙扩散 红旗

6月24日 10:07

红旗棒!



W增耿: 梦想中的车就是红旗！为将来为自己为红旗

6月17日 18:13

回复 | 5

梦想中的车就是红旗！

-传播效果-转化出圈-



预约试驾

姓名

请填写手机号

2019款-红旗H5-1.8T-型动版

省份 城市

经销商

☒ 同意一汽红旗经销商通过电话短信与我联系

提交

CTR转化（精准广告采购部分）：

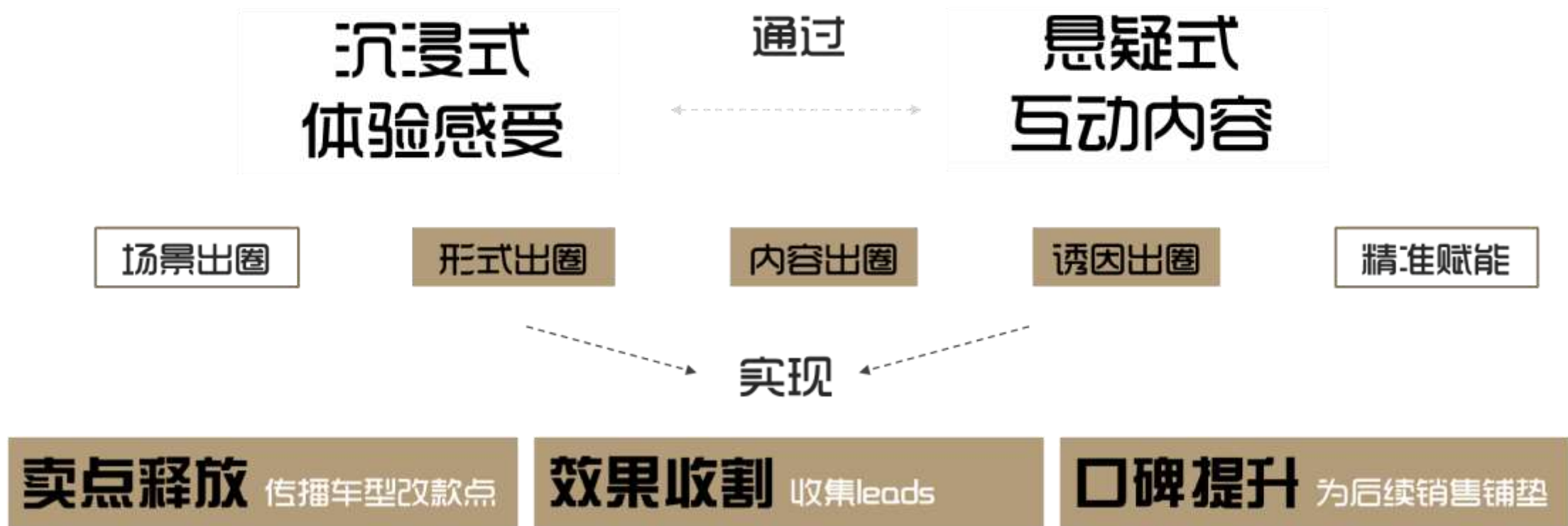
17.1%（点击量/曝光量）

收集有效线索：

1579条（KPI达成126%）

-营销小结-

以“消费者视角”的内容表达，在有限预算下，没有借势明星/热点热度，而是另辟蹊径：创造性打造了红旗HS悬疑式创意互动360全景信息流，将趣味体验与红旗HS改款卖点完美融合，点燃“小而美”项目的社会化营销价值。



2019

寻找 丢失的**·**瑰宝

一汽红旗H5创意全景互动项目

轻互动+趣创意+强传播→优质效果

悬疑感沉浸式体验 红旗H5迅速出圈

新浪汽车事业部华北个案 2019.6

Copyright ©1996-2019 SINA Corporation, All Rights Reserved

