福特福睿斯 亲爱的，我们航向不变

- **广 告 主：** 福特福睿斯
- **所属行业：** 汽车
- **执行时间：** 2017.03.11-04.28
- **参选类别：** 互动体验类

Top Mobile Awards

案例视频

请点击以下链接,或粘贴到新浏览器页面里观看视频

http://v.youku.com/v_show/id_XMjc0MDMwMDEyNA==.html?spm=a2h0k.8191407.0.0&from=s1.8-1-1.2

或者
扫一扫看视频

背景&目标

福特福睿斯一直主打家庭用户，2017年全年沟通主题为“幸福无处不在”，本次campaign的传播契机是福睿斯新升级了飞鸽导航。凤凰将“升级”、“导航”等核心关键词放在福睿斯核心TA的语境中，结合Q2结婚季的特点，提炼出“**亲爱的，我们航向不变**”的话题

传播目标

市场上主打家庭定位的紧凑型车非常多，福特福睿斯如何从中脱颖而出，
突出产品功能升级，
强化新典范家轿的定位并提升品牌美誉度
是此次营销的主要传播目标。

核心沟通人群

一家之主

- 家庭月收入层级：**新晋中产、次中产阶级**
- 以家庭为中心、具有前瞻视野、品味不超前也不过时
- 喜欢以家庭为单位进行娱乐活动或购物

福睿斯全年沟通主线

幸福无处不在

人人都希望找到幸福的方向

你们的爱，能撑过没有导航的人生之旅吗？

Q2结婚季

两性关系
永恒的话题

真的准备好走进婚姻了吗？

Q2突出产品点

飞歌导航

定位目标，坚定方向

爱，需要方向。

恋爱时，加速的心跳是方向；

婚姻里，灵魂的默契是方向。

幸福在升级，爱仍是坚定的指引。

新款福睿斯，为幸福升级导航。

内容策略与主题规划

亲爱的，我们航向不变

幸福升级 爱为指引

品牌视频

一镜到底 长图 H5
话题强化

自媒体大号配合
长尾话题深入

凤凰汽車
auto.ifeng.com

内容策略：

1.品牌视频

亲爱的，我们航向不变

2.一镜到底，长图H5

人物故事

3. 自媒体大号，长尾传播

- **导航升级——幸福升级 爱为导航 概念演绎**

将“福睿斯导航升级”的概念巧妙的演绎为“幸福升级 爱为导航”的概念，并结合到的Q2婚礼季的节点，通过一段爱情故事演绎的视频，带出福睿斯为幸福升级导航。

- **创意一镜到底长图H5，福睿斯为爱导航，刷爆朋友圈**

由一辆福睿斯穿行在两人相识，相处，离别，相诺，相守5个场景中，手绘风格充满温情感动。

- **情感大V双微大号强力助推**

凤凰汽车、怕妻青年柳驰弛、福特福睿斯官方微博等双微大号强力助推，其中专注情感话题的大号怕妻青年柳驰弛定制文案非常出彩，引发了网友的热烈讨论。

传播点设计：

1. 视频故事中，用福睿斯导航前往爱情之路上一个个关键节点，原生露出飞鸽导航与品牌内外饰，维持福睿斯传播声量；
2. 创意H5中，通过车辆穿行爱情之路的创意形式原生融合福特福睿斯形象，引爆social端，助力social端福睿斯曝光，提升品牌的知名度；
3. 原生植入，最大化降低消费者对广告的排斥心理，强化新典范家轿的定位并提升品牌美誉度。

故事脉络

温馨的客厅
一对年轻夫妇接受了我们的采访
回忆起那些尘封的往事

相识· **上海师范大学**
无意间的一次问询，电光石火间
促成了一段姻缘

相处· **集贤邨 老弄堂**
恋爱中的宝贝，在一起就是甜

相知· **上海南站**
告别了离别的车站，虽相隔了3000公里的距离
却能把彼此看得更清

相诺· **前滩公园**
没有华丽的辞藻，没有惹眼的钻戒
在众人见证下抛出的一颗真心，
就是求婚的一切

相守· **家**
横跨10年的长情终于有处安放
期待新生命的降临为幸福再升级

为❤导航

- 城市里的每个地标，分分钟会成为我们爱情的岔口，上一秒分手道别，下一秒就可能相拥而泣，而不变的是我们对幸福终点共同的向往。

- 一对十年前在上海师范大学因问路结缘的小夫妻，也要分享他们在这座城市里从相识到相诺的幸福轨迹。

- 视频故事完美契合客户对“福睿斯”的产品定位。有爱，温馨，接地气，一经推出便得到客户的赞许好评。

一镜到底长图H5 - 亲爱的，我们航向不变

随着福睿斯的穿行，长图缓缓流动，爱情故事次第展开。
唯美的手绘风格，生活化的场景，极易引起消费者的兴趣与共鸣。

效果&反馈

项目总曝光 8.2亿

总点击量 83万
CTR 0.10%

视频总VV量
312W

H5 页面
PV 70W UV 50W

LEADS

7864

“此次项目首先视频故事有爱，温馨，接地气，巧妙的体现了品牌产品点与品牌主张。此外，创新的长图H5形式非常新颖，在社交媒体有非常不错的传播效果。“ – 福特客户证言