

东风日产【寻找未知的自己】第3季

↑ 告 主: 东风日产

◆ 所属行业:汽车

♦ 执行时间: 2017.04.25-06.25

◆ 参选类别:内容营销类



案例视频

主题视频:https://v.qq.com/x/page/h0501cne4bj.html 魏坤琳号召视频:http://www.iqiyi.com/w 19ru46nvqp.html

或者 扫一扫看视频







市场背景

2015年起,中国汽车营销全面进入了年青化时代,全面争夺新时代的消费力量,培养和孵化未来的消费者。各大品牌全面迎合青年的喜好去植入青年人喜爱的娱乐产品,尝试在社交上建立与青年人沟通的阵地。在迎合与渗透中,青年人的千人千面让沟通更显困难。







品牌现状

智能&科技背景下,《寻找未知的自己》品牌活动的全面升级

在智能&科技成为世界主旋律的社会背景下,随着品牌年轻化战略的进一步升级,开启智能YOUNG NISSAN 3.0时代。而作为标杆性的品牌活动《寻找未知的自己》再次扬帆起航——在智能科技的浪潮下,探寻科技爆炸对青年生活方式和价值观的改变,鼓励青年拥抱未来,关注科技,发现自己未知的可能性。







营销挑战

深入沟通年轻受众,同时对活动内容返输以积累品牌资产

东风日产品牌年轻化已迈向第三个年头,两届的大型青年项目"寻找未知的自己"获得青年们的高度关注,反响热烈。这为品牌的年轻化发展积累了成功的经验,也对本季项目提出了更高的要求——如何利用原生优质内容深入触达目标受众,引发群体共鸣同时积累品牌资产,以达到提升品牌市场占有率和消费者忠诚度的双重目的,是本次活动的营销挑战。



2015年,凤凰网携手东风日产发起与中国青年对话的大型活动——寻找未知的自己。围绕"创业就业"、"理想现实"等社会热议话题展开讨论。

2016年,《寻找未知的自己》第二季,以"青年力量"为主题,发现年青的基因。帮助更多年青人找到属于自己的方向。





案例亮点

品牌活动内容与形式的全面升级

时

全面引入**凤凰凤眼系统**洞察营销热词,制作科技一图读内容

地

借势**直播热潮**,线上话题讨论直播以及线下活动风直播+B站直播

青年频道优质资源利用, 青年主场落地,频道首页 资源内容长期推广

内容联动,涵盖栏目内容、利 视频、线上定制专题、线 下活动,结合多种形式, 多个平台打造话题 传播 效果显著

覆盖广 互动深

影响大

借助凤凰号,聚焦精华大号,口碑传播占领高点

和

邀请嘉宾,娱乐+科技多领域跨界kol;话题从虚拟现实、人工智能、生命科学,吸引更多关注。



总体策略

结合东风日产汽车全新品牌年轻化战略,深度挖掘目标受众同时,为品牌智能造车注入青年受众的观点——从青年引领时代到青年改变时代,以人工智能的发展,征集时代青年的设想,以"突破·洞见"为主题,与年青群体一起,探寻科技爆炸对青年生活方式和价值观的改变和提升。



突破•洞见





策略1:利用凤眼大数据发布引入当下年青人关注科技热点







人工智能、虚拟现实、自动驾驶等,然后邀请科技大咖、《奇葩说》选手等名人通过直播和弹幕形式对这些话题进行线上讨论, 打造"科技锵锵行",将这轮智能科技"风暴"席卷到网络。





策略2:线上话题引爆,智能黑科技深入探讨







呼应凤眼大数据报告,点题本次寻找未知的自己第三季探讨的主题方向: 人工智能、虚拟现实,详解现状,引发年轻受众思考。同时植入品牌元素, 结合最强大脑冷面判官-魏坤琳视频,对线下活动进行预告和号召。





策略3:借势直播热潮,线下落地三场青年科技峰会,整合视频栏目 矩阵展示青年"科技实验室"





《《 线下活动风直播+B站直播,线上场外观众实时互动,激发受众参与活动 热情。观众与青年峰会,与大咖们共享青年科技盛典之余,网友也可观看 线上同步直播、多个自媒体号推文,与东风日产一同,近距离体验科技未 来的神秘和魅力.



传播升级:年度巨制IP,东风日产与凤凰共造年度大戏





凤眼大数据发布

利用凤眼系统大数据引入热点,以内容丰富的一图读形式,解读当下年轻人所关心的科技热点——人工智能、虚拟现实、自动驾驶等。 http://biz.ifeng.com/a/20170418/44575477 0.shtml



数据来源:凤眼系统



号召视频



《DR.魏:我的半个灵魂在疯》

主题视频——呼应凤眼大数据报告,再次点题本次寻找 未知的自己第三季探讨的主题方向:

人工智能、虚拟现实,详解现状,引发思考。同时植入品牌元素,并且结合最强大脑冷面判官-魏坤琳视频, 对线下活动进行预告和号召。





虚拟现实视频,植入使用日产装配线、生产设计画面,利用虚拟现实技术进行车辆检查的画面



探讨话题直播

第一期: 当虚拟现实越来越逼近"现实", 世界将变得更加真实还是更加虚伪?

第二期:如果在不远的未来,生命可以在另一个身体里延续.....

第三期:自动驾驶时期即将来临,你是接受还是拒绝?





探讨话题专题页面-PC端





三期网友评论总数超过3000,投票数接近54万!



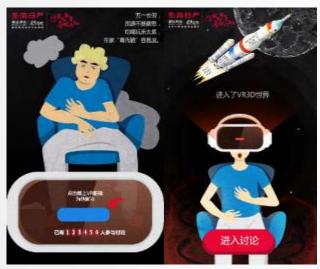
PC专题采用弹幕形式 吸引网友纷纷参与留言讨论以及投票支持

邀请科技达人+娱乐大咖嘉宾(魏坤琳、姜思达、 马薇薇、姬十三等),和企业高层(东风日产刘宗 信、陈昊;凤凰网李亚、陈彤等)一起发起探讨, 引起大量网友参与互动讨论。



探讨话题专题页面-移动端

虚拟现实-话题讨论H5



生命科学-话题讨论H5



自动驾驶-话题讨论H5



虚拟现实-话题讨论H5采用VR 将人带入无尽时空感觉的创意, 引发虚拟现实让世界变得更精 彩还是更虚假的讨论。 生命科学-话题讨论H5模拟 飞行了200年后人类被唤醒, 当发现生命可以无限延续时, 你是接受还是拒绝? 自动驾驶-话题讨论H5:这是一封来自2050老司机的信,那时候自动驾驶普及,如今我们该如何开始应对?



校园活动



浙江大学校园分享会

分享话题:未来,人工智能对人类是"入侵"还是"融合"?

邀请嘉宾:

- ✓ 《奇葩说》辩手马薇薇
- ✓ 科学松鼠会创始成员瘦驼
- ✓ 凤凰网副总裁池小燕
- ✓ 东风日产市场销售总部副总部长 陈昊
- ✓ 资深媒体人、凤凰网汽车事业部总经理胡津南













校园活动



武汉大学校园分享会

分享话题:**当虚拟现实越来越逼近"现实",世界将变得如何?**

邀请嘉宾:

- ✓ 《爸爸去哪儿》睿智村长李锐
- ✓ 《奇葩说》辩手、武大讲师陈铭
- ✓ 东风日产市场销售总部总部长刘宗信
- ✓ 资深媒体人、凤凰网汽车事业部总经理胡津南
- ✓ 素人幻想师糖匪













校园活动宣传











浙江大学校园分享预热H5使用答题方式,设计采用时空飞船概念,穿越时空来到人工智能时代浙大 春季招聘会现场;动画细腻,科技感十足。 预热H5











武大预热H5

武汉大学校园分享预热H5使用朋友圈测试方式,寻三组委会号召大家在朋友圈发布VR体验图片 测试朋友圈纯洁度,带出活动信息,充满趣味。



校园活动现场

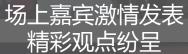
浙大到场人数:700+

武大到场人数:500+





























专题内容即时呈现

浙大专题: http://biz.ifeng.com/auto/special/xz3zd/offline1.shtml



武大专题: http://biz.ifeng.com/auto/special/xz3wd/offline2.shtml





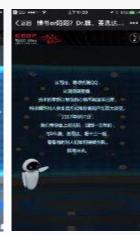
收官峰会预热













青年峰会预热H5采用动画形式,策划主题《100年前的古人是用什么科技手段撩妹?》的有趣展览,引出6月7日的峰会相关预告信息,设计科技风格浓厚,画面的空间立体感强。



《 "寻找未知的自己" 第三季收官之战即将来袭——一场关于未来的辩论》 http://young.ifeng.com/a/20170605/44630265_0.shtml

峰会预热报道在微信公众号曝光107万+!



收官峰会现场

活动场地爆满,嘉宾精彩演讲+互动论坛引发学生阵阵喝彩

嘉宾分享话题和前两场相比明显升华:不仅仅是人工智能与虚拟现实,更多聚焦科学的变革与人类发展的关系,以及更深地思考科技带给我们的安全感和焦虑根源。























北邮活动现场人数:500+



活动直播

活动现场风直播+b站直播全程跟随,线上场外观众实时互动



风直播数据:

浙大直播最高在线人数37万+,观看直播总人数72万+;

武大直播最高在线人数45万+,观看直播总人数87万+。

北邮活动现场直播最高在线人数59万,观看直播总人数114万+!





●打造破亿级人群覆盖:项目总曝光超过40亿,总点击数685万; CPC 0.95元, CPM 1.61元。



●互动体验效果佳:线上话题探讨专题总留言数超过3000条,网友投票总数接近54万!线下活动场场爆满,总参与人数超过1700人。



●传播影响大:活动后通过双微社会化传播,让项目影响大范围扩散的同时,也让东风日产此次营销获得了行业内的高度关注。



"NISSAN是一个具备挑战精神的品牌,相对于其他主流竞品,我们更大胆无畏和挑战常规。科技、智能是NISSAN的特质,突破、大胆、创新同时也是现代年轻人的标签。我们希望通过'寻找未知的自己'系列活动,与年青群体共同探讨智能科技的发展和影响,一起成长、共同承担。鼓励年轻人能够积极探索未知、拥抱科技,突破自己、洞见未来。"

——东风日产总经理埃尔顿•谷硕寄语



"作为一家年轻的车企,东风日产也一直在寻找未知,探索未来智能化的生活方式。我们希望通过'寻找未知的自己'系列活动,让当代青年人开放活跃的思维,引发对人工智能、虚拟现实、科技危机等热门话题的理性思考,鼓励青年拥抱未来,关注科技,发现自己未知的可能性。"

——东风日产市场销售总部总部长刘宗信