

吉利帝豪GL《致自胜者》视频营销

- ◆ 广告主：吉利汽车
- ◆ 所属行业：汽车/电动车
- ◆ 执行时间：2016.11.15-12.09
- ◆ 参选类别：内容营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<http://s.auto.163.com/2016/1110/jilizisheng/zhao.html>

或者
扫一扫看视频



背景&目标

背景

吉利帝豪GL为彰显品牌实力
提出“自胜者强”的品牌理念
希望在新车上市期间
迅速提升消费者对品牌理念的认知



目标

传递“自胜者强”的品牌理念，希望在新车上市期间，迅速提升消费者对品牌理念的认知。



洞察&策略

策略

致敬不同行业领域中，坚守梦想不断战胜自我的自胜者代表
用KOL诠释吉利实力，用故事传达品牌理念
让自胜者强的品牌理念引发TA共鸣

系列微电影：

致自胜者

4位KOL向自胜者致敬！

挑选不同领域具备不同实力的4名KOL
通过他们背后实力的炼成故事被自胜者强背书



飞机维修师
赵士羽



现代工艺设计：
张栋良



演员：
柳岩



昆仑决创始人：
姜华

品牌实力的多维度解读

媒介&执行

《致自胜者》微电影拍摄

拍摄4支主题微电影，以KOL不断超越的心路历程，致敬自胜者，深度诠释吉利帝豪GL的品牌理念



《致自胜者》微电影推广

11/14



张栋良

专题PV 881,526

播放量：876,892

11/21



赵士羽

专题PV 902,733

播放量：890,831

11/28



柳岩

专题PV 1176,146

播放量：1142,031

12/5



姜华

专题PV 771,274

播放量：765,896

PC+移动双屏出击



新闻客户端&云音乐双平台发声



效果&反馈

效果

从11月15日第一支微电影上线到12月9日推广结束

以4位KOL的故事传播自胜者强理念

吉利帝豪GL的品牌理念得到广泛传播与共鸣

专题总PV 3731,679 微电影播放量：3675,650

分析

吉利帝豪GL车型主打“自胜者强”的品牌理念，强化吉利汽车不断战胜自我的品牌历程。

以不同行业中“自胜者”的人物故事诠释品牌内涵，强调人物心路与品牌精神的契合，激发目标受众对品牌的共鸣。

选择微电影作为传播载体，微电影更便于讲故事，丰富的视听语言能够良好呈现汽车产品的质感；在影片人物选择上，也综合多方面因素考量：人物的故事性，人物与品牌的契合度，人物的时下热度等；在传播渠道上，联动多平台推广，微电影的形式更适配时下快节奏，迅速释放品牌势能，提升品牌热度。

整场营销战役通过四支人物故事微电影，让吉利帝豪GL“自胜者强”的品牌理念激发共鸣，品牌认可度得到提升。