

# 速度与鸡擎

## 东风日产2017新春营销

- ◆ 广告主：东风日产
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2017.01.28
- ◆ 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

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMjk1OTExMjMyOA==.html](http://v.youku.com/v_show/id_XMjk1OTExMjMyOA==.html)

密码：654321

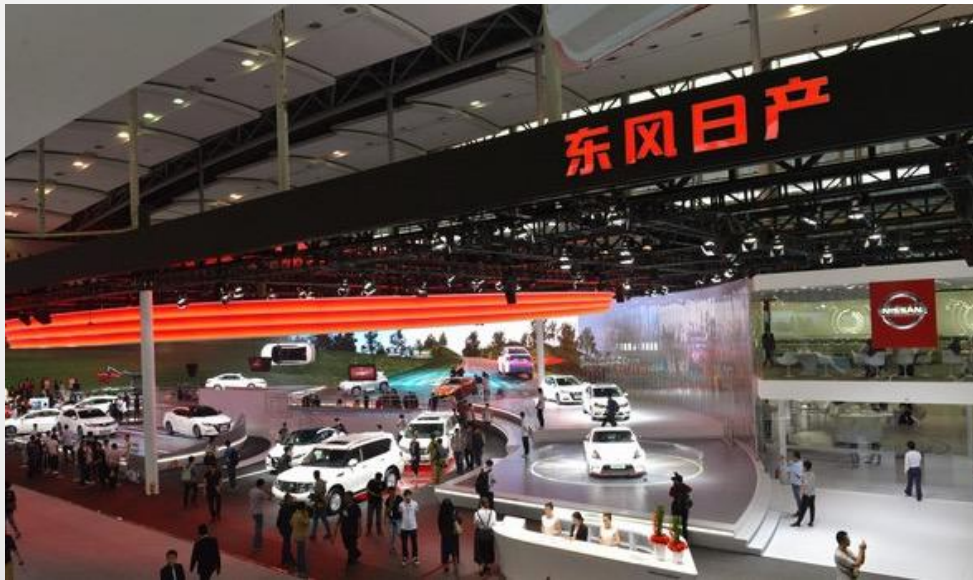
或扫一扫，直接观看案例视频



# 背景&目标

- **品牌营销的背景和初衷是什么？**

“智能+”已成为汽车行业的发展趋势，东风日产亟需把握新机遇，抢占行业的制高点，扩大传播声量。在2017鸡年新春期间，东风日产需要对Young NISSAN品牌3.0——智行科技进行传播，提升品牌认知度。



- **最终想要实现怎样的目标？**

在2017鸡年新春期间，我们需要打造一场激发全民参与的新春社会化营销活动。**这场活动能通过社会化营销的力量掀起话题，在扩大品牌影响力的同时，建立起消费者对东风日产智行科技的品牌认知。**

- **目前面临的挑战和困境是什么？**

如何在信息繁杂的大年初一脱颖而出，建立起消费者对东风日产智行科技的认知，并形成自发性传播？



# 洞察&策略

- **通过对目标人群的洞察有怎样的发现？**
  - 目标人群80 后和 90 后是互联网时代生力军。
  - 他们热衷于互联网文化和各种智能黑科技，同时对汽车有旺盛的购买需求。
  - 他们具有极高的潜在购买力，而这个群体正是近几年及未来汽车消费的主力人群。

- **整个案例的核心策略是什么？即借用哪些创新技术或媒介形态，以及怎样的创意诉求方式，完成品牌的营销目的。**

- 情感牌和发红包是新春营销惯用的两大伎俩。从大年初一开始，是全家团圆的喜庆日子，如果再打走心的情感牌，则显得不合时宜，不符合欢聚的氛围。而品牌只顾着发红包，在信息爆炸的时间节点，则很容易被湮灭。

- 基于品牌的传播诉求和新春的受众心境，我们要在大年初一这个特殊的日子打造一场能吸引网友围观并参与的娱乐流行，来引爆第一波新春话题。

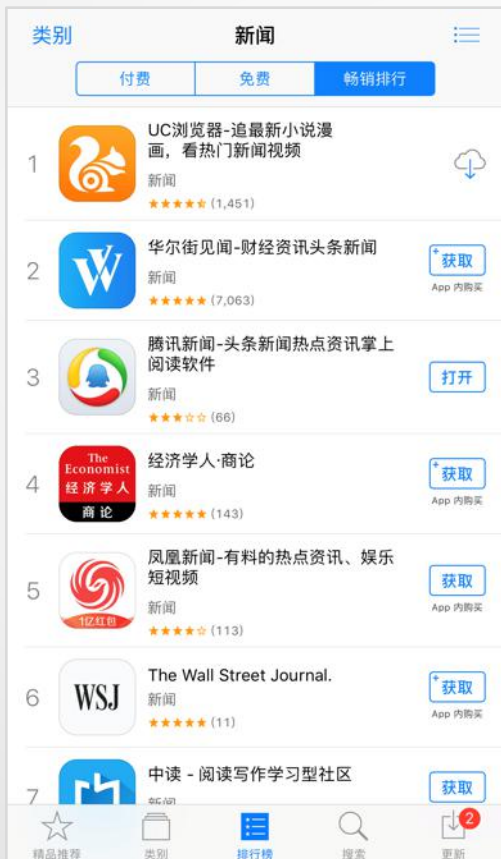




□我们利用智行科技与传统年味之间的反差萌迎合网友的娱乐习惯，“技”与“鸡”融于一体，打造ICON化的视觉符号——黑科鸡，来制造娱乐流行；将原本理性的“智行科技”打造成娱乐性极强的贺岁大片，给网友制造惊喜的同时，形成病毒性传播。



针对我们的核心创意“重内容、微互动”的特点，选择了以阅读内容为主的新闻资讯类的平台——覆盖量大、用户基数巨大的腾讯新闻APP。



- **案例的最大亮点在哪？譬如创意性、技术性、互动性、精准性.....**
  - 将智行科技“拟鸡化”，科技卖点与鸡的动作巧妙结合，向网友讲述一个科技改变命运的故事。
  - 传递2017流行视觉符号——“黑科鸡”，生动诠释Young NISSAN品牌3.0——智行科技。
  - 打造新春贺岁大片，制造视觉盛宴，挑动网友视听神经。
  - 开展原生式互动，联合高曝光APP聚集流量，让网友享有沉浸式的广告体验。
  - 提供个性化的拜年体验，通过H5向网友传递新春祝福。

# 媒介&执行

• 分阶段阐述策略与创意的实施过程 ( Step1、 Step2、 Step3..... )

- ❑ 大年初一（1月28日），在腾讯新闻APP上，我们将贺岁大片巧妙包装成“新闻”，让网友享有沉浸式广告体验。
- ❑ 在APP首页，网友通过下拉刷新页面，即可出现品牌视觉符号——黑科鸡的loading，随后屏幕中会洒落品牌logo彩蛋，最后便出现我们为网友精心准备的“新闻”。
- ❑ 网友点击“新闻”后，即可观赏贺岁大片，随后便可参与砸金蛋赢好运、享受个性百年帖以及留资抽奖等活动。



首页loading



金蛋下落效果



广告引导点击页面



H5-视频观看页面



H5-砸金蛋赢好运



H5-个性拜年帖



H5-留资抽奖

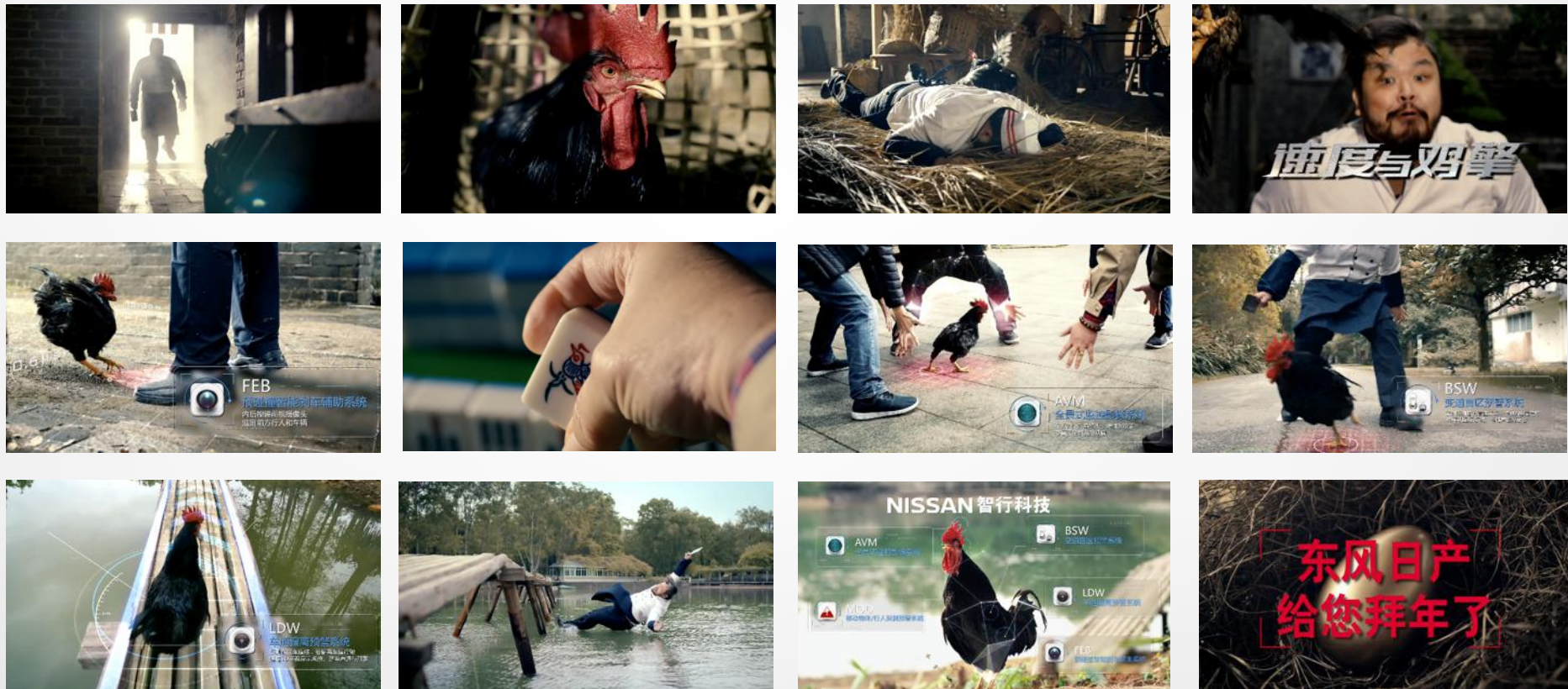


## 《速度与鸡擎》贺岁大片封面



## 《速度与鸡擎》视频分镜

创意从鸡的角度出发，演绎一场过年杀鸡、人鸡追逐的趣味剧。同时将智行科技的卖点和鸡的动作巧妙结合起来，令东风日产的科技感与过年杀鸡的传统年味之间形成强烈反差，达到意想不到的“笑”果。

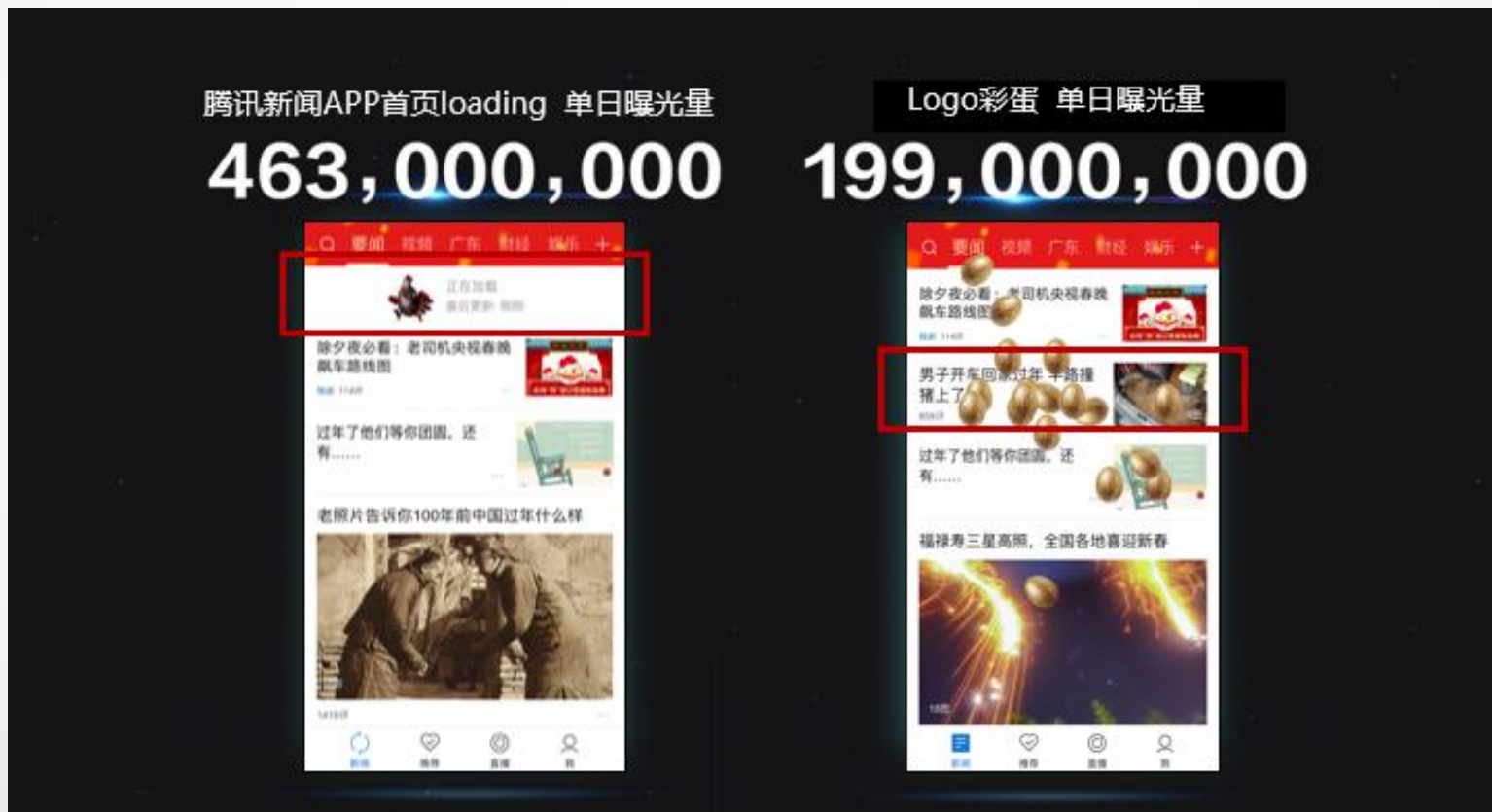


# 效果&反馈



## 1、品牌曝光度：

2017年1月28日（大年初一），腾讯新闻APP首页loading单日曝光量达**4.63亿**，logo彩蛋单日曝光量**1.99亿**。



## 1、品牌曝光度：

大年初一，**客户端banner**的**单日曝光量达1.42亿**。**客户端banner**单日**点击量1561万**，**点击率高达11%**。

客户端banner的单日曝光量

1.42亿



客户端banner单日点击量

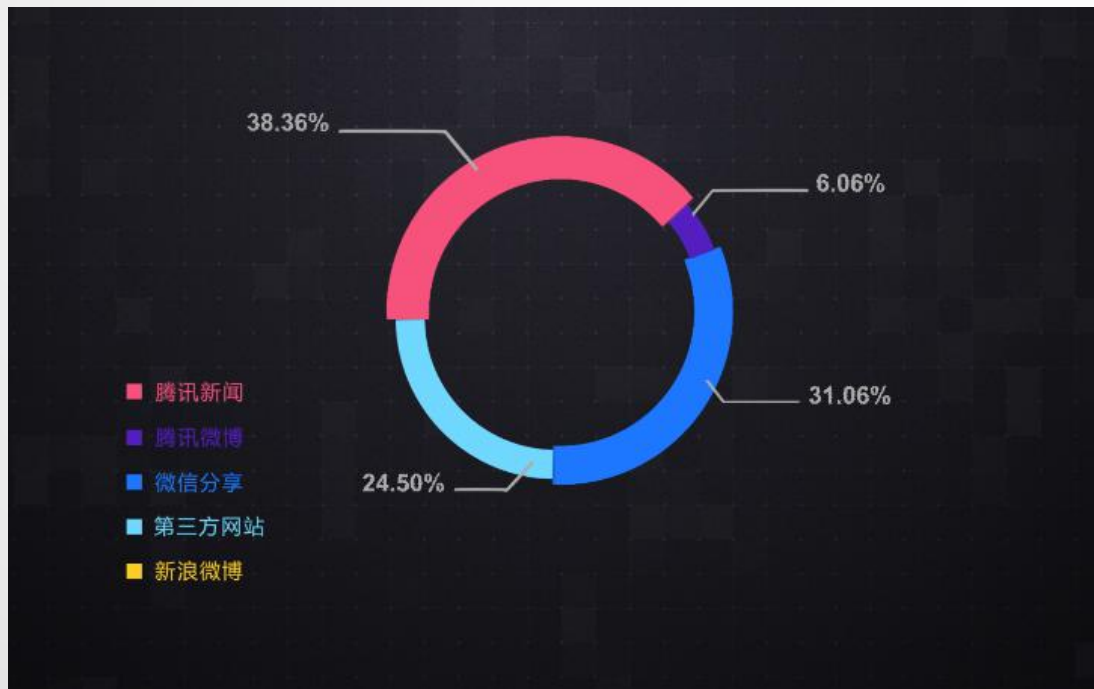
1561万

点击率高达

11%

## 1、品牌曝光度：

网友可以通过多种渠道进入H5。在大年初一当天，在引流至H5的单日访问量中，腾讯新闻APP达到**442万**，微信**358万**、第三方网站**283万**、腾讯微博**70万**。



## 1、品牌曝光度：

整场活动单日曝光量达到了**8.16亿**，完成预估值的**408%**！



## 2、用户参与度：

H5单日曝光量达**1153万**。

在社交媒体上，网友们纷纷配以趣味评论转发H5，吸引了更多人参与进来，为活动进行二次传播。



## 2、用户参与度：

网友自发转发H5形成的单日访问量达**710万**，在所有访问量中的占比高达**61.64%**。

网友自发转发H5形成的单日访问量

**710万**

在所有访问量中的占比高达

**61.64%**

整场活动单日曝光量达到了**8.16亿**，完成预估值的**408%**！

