

# 东风日产营销传播案例

- ◆ **广告主**：东风日产
- ◆ **所属行业**：汽车
- ◆ **执行时间**：2017.08.06-08.14
- ◆ **参选类别**：媒介整合类



### 市场背景

- 目前国内SUV汽车市场需求逐步走向细分化，尤其是小型SUV因其时尚和轻巧感而受到年轻消费者的青睐，市场销量呈现井喷式增长。
- 持续火爆的市场吸引越来越多的企业投身小型SUV领域，而目前国内小型SUV市场格局以国产品牌为主，已占据相应的市场份额，合资品牌投入相对较少。

### 产品背景

- 2017年7月18日，东风日产作为合资品牌发布了新款劲客小型SUV车型，以低于行业平均价格的低起售价强势进入市场。
- 高颜值高配置的设备 and 相对低廉的价格，是这款车型最大的亮点。
- 上市之前就已凭借上海车展以及在热门综艺《极限挑战3》中的高曝光，实现不少粉丝增量。

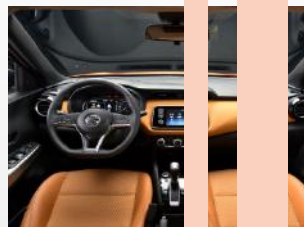


1.借助《极限挑战》超级娱乐大IP吸引目标群体关注，为东风日产新款产品进行造势，**同时扩大其品牌影响力。**

2.强化产品“低价位”和“高颜值”的特点，提升目标消费群体购买意向，**最终促成销售转化。**



3.利用搜狗手机浏览器、搜狗输入法、网址导航等移动端和PC端的创新投放营销方式为品牌引流，**激发粉丝互动，扩大消费者对产品的关注度。**



如何通过搜狗输入法建立用户与东风日产劲客的连接，在不影响用户体验的同时激发用户自发传播。

如何在庞杂的信息中实现品牌信息突显，普及产品功能信息，并让目标受众感知到产品力量，产生购买的欲望。

1.全新劲客的消费者定位是追求个性的年轻人，有个性、爱互动、爱追星是他们的标签，且他们对传统的广告营销模式已经免疫，泛娱乐化的互动创新营销成为吸引他们注意力的有效方式。

2.搜狗手机浏览器、输入法、网址导航作为时下年轻群体使用率较高的产品，拥有高流量，且能够提供大数据分析，使投放更精准，同时搜狗产品用户多追求个性，与品牌目标受众属性高度吻合。





借助东风日产全新劲客加盟《极限挑战3》热门综艺，成为“极限男人帮座驾”这一热点，结合热门娱乐大IP，利用搜狗旗下输入法、浏览器、网址导航等移动端和PC端的大流量产品推出劲客创意定制功能皮肤、关键词触发彩蛋、创意功能键等创新投放功能，通过有效的媒介阵营组合，触发粉丝效应，激发用户自主二次传播。

## 携手热门娱乐IP



利用搜狗旗下多个大流量产品，进行产品定制投放



结合搜狗手机浏览器大数据精准匹配的产品特性，实现广告投放和大数据策略一体化。以移动端和PC端为基础，充分利用**搜狗输入法**、**浏览器APP**、**网址导航**三大产品共同发力展开**媒介整合策略**，最大程度扩大东风劲客产品影响力。

移动端

PC端

搜狗输入法

搜狗浏览器APP

搜狗网址导航



皮肤功能

关键词彩蛋

关键词卡片



开机屏广告

信息流投放



导航浮层广告

## 第一阶段：预热期

2017年4月，东风日产劲客概念车型正式亮相上海车展，引发业内广泛关注，为产品上线进行预热。在产品正式上线时，利用搜狗手机浏览器、搜狗输入法、网址导航三大高流量产品进行传播，以达到最大的传播覆盖，提升用户转化渗透率。



根据三大产品功能特性定制个性化传播



## 第二阶段：上线期

三条传播主线同时发力，以达到最大的传播效力。

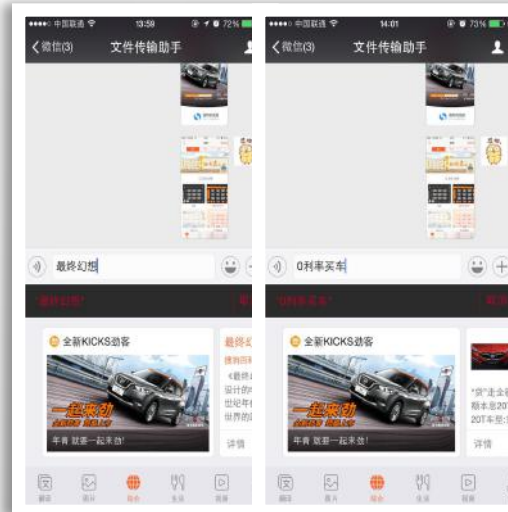
### 搜狗输入法关键词触发设置应用正式上线



**第一条传播主线**  
**搜狗输入法**

#### A. 输入法关键字彩蛋

用户输入“极限挑战”“劲客”等关键词便能触发彩蛋动画，跳出东风日产全新劲客广告信息。



#### B. 输入法关键词卡片

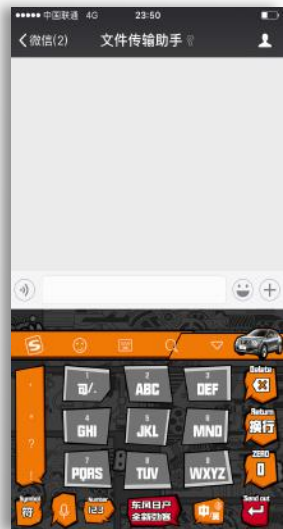
根据产品信息设置“购车优惠”“排量”“日系车”等关键词卡片，当用户输入相关词汇时便能触发卡片机制，跳出劲客相关产品图片。

## C. “全新劲客” 专属定制皮肤

1. 上线专属定制皮肤，并在皮肤中加入功能键，IOS版点击功能键即可**触发信息彩蛋**，安卓版点击功能键可**触发浮层**，增强用户交互体验。

2. 通过搜狗输入法APP皮肤频道banner和最新皮肤推荐位对定制功能皮肤进行推广，以增加皮肤曝光及下载使用率。

安卓版浮层



IOS版信息彩蛋



banner以及最新皮肤推荐

## 第二条传播主线 搜狗手机浏览器

在**移动端**进行搜狗浏览器开屏广告和信息流广告投放，结合产品购买信息进行广告宣传，以醒目的价格提示广告语（9.98-13.48万）触达目标消费群体的消费需求，**提升用户进一步点击查看的消费欲望。**



开屏广告

信息流广告

## 第三条传播主线 搜狗网址导航

在**PC端**，根据用户每日打开网址使用的大数据调查，进行搜狗网址导航浮层广告展示，利用产品大流量属性助力劲客产品销售转化。

## 网址导航浮层广告



产品上线期，在三条传播主线之外还结合“极限挑战赞助”和“搜狗合作”等话题进行微博宣传。搜狗在旗下自媒体官博同时发布合作事件，借助男人帮IP进行活动传播，引发网友关注，激发大众对东风日产劲客的兴趣。



微博传播

项目	预计KPI	实际KPI
搜狗输入法关键词彩蛋	曝光210万	曝光223万
搜狗输入法关键词触发卡片	曝光385万 点击19.2万	曝光544万 点击20.6万
搜狗浏览器开屏	曝光4000万 点击40万	曝光5900万 点击70.6万
搜狗网址导航浮层	曝光2亿 点击100万	曝光2亿 点击106万
搜狗输入法功能皮肤	下载量40万	下载量45万
搜狗信息流	点击率2%	点击率2.2%



——营销数据均来自搜狗后台

1. 项目执行整体数据量表现**均超额完成KPI任务**，截止到项目结案，产品曝光平均超额完成任务**108%**，点击量平均超额完成任务**152%**。

2. 项目整体曝光量近**3亿次**，核心卖点有效传播量**1000万次**，用户的主动互动行为占比突破**2%**，精准匹配目标用户近**200万人次**。

1. 借助搜狗这一大流量产品，为品牌带来海量的曝光，同时借助大数据背景实现了用户精准覆盖，为品牌带来了良好的推广效果。
2. 强势借助综艺IP热点，与目标消费群体进行了趣味性的互动体验，打通了与用户连接、交互的通道，激发粉丝效应，赢得了良好的市场与口碑反响。

