

与致炫欢乐过圣诞 广汽丰田致炫解锁圣诞借势新姿势

- ◆ 广告主：广汽丰田
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2016.12.19 – 12.25
- ◆ 参选类别：互动体验类



一年一度的圣诞节，已演变为年轻人的狂欢节日，越来越多瞄准年轻人市场的品牌，也加入了圣诞营销战役。

圣诞节

一场年轻人的娱乐狂欢

城市玩咖 全新致炫

天生自带年轻玩乐属性的全新致炫，与圣诞节节日调性及人群高度契合，抓住这个品牌与年轻人沟通的机会，能让致炫品牌形象更深入人心。



**全新致炫与圣诞节节日
调性及人群契合度高**



a
very
Merry
Christmas



抓住圣诞节节日契机
与年轻人玩在一起

提升广汽丰田致炫品牌 **认知度与好感度**
塑造年轻好玩的品牌形象

如何借势圣诞，将全新致炫与年轻目标用户连接在一起.....



需要找到一个平台

- ✓ 年轻目标用户活跃度高
- ✓ 能让用户与品牌进行互动
- ✓ 具备超强内容扩散性



微博

年轻人的 **圣诞新主场**

为全新致炫与年轻目标用户连接提供绝佳桥梁



城市玩家在微博玩圣诞

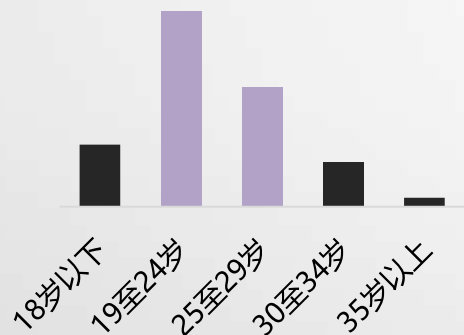
微博圣诞粉丝人群画像

城市化

一线及沿海主力消费群体密集区域

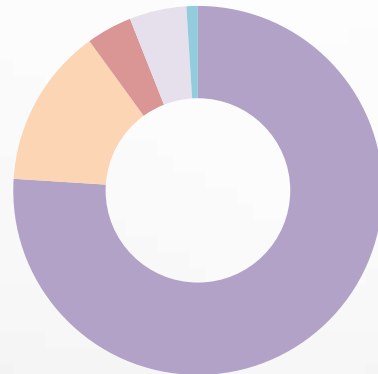
年轻化

覆盖85&90后核心消费群体

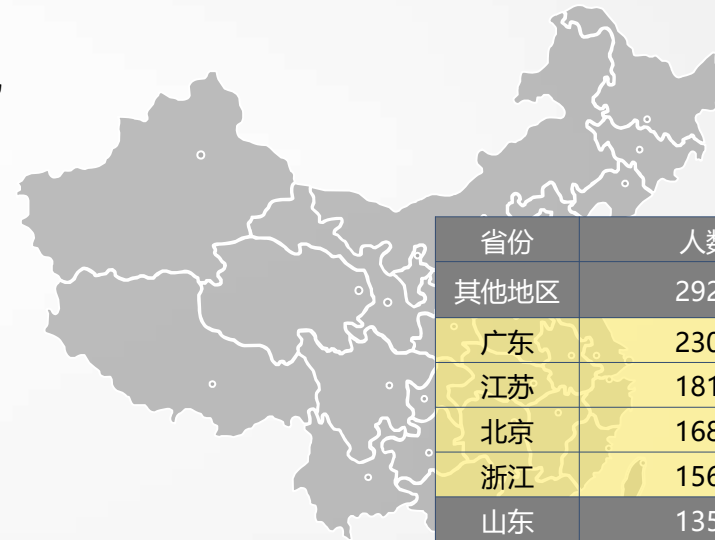


高学历化

具备成熟理性消费观目标群体



大学 高中 中专技校 初中 小学



省份	人数	比例
其他地区	2925	11%
广东	2303	9%
江苏	1817	7%
北京	1680	6%
浙江	1563	6%
山东	1355	5%
海外	1331	5%
四川	1089	4%
上海	1074	4%
河南	908	4%



话题，成为引爆热点的最佳方式

2016年，继续孕育出现象级事件



#霍教授开微博#

2天280万粉，单帖互动超过200万



#太阳的后裔#

111亿话题阅读，看一部韩剧换一次老公



#Papi酱获巨额融资#

估值超1.2亿，网红3.0全面进入品牌时代

圣诞超级话题
运营引爆热点

- 官方节日话题助推
- 381万官微粉丝覆盖
- 节日运营成熟经验

双线趣味互动
嗨翻致炫圣诞

- 【话题端互动】
圣诞炫玩方式投票
收官抢沙发持续引爆高潮
- 【趣味H5互动】摇出致炫圣诞大礼

整体策略



借势圣诞话题调动年轻目标用户关注
双线趣味互动全面提升全新致炫认知度与好感度



整体传播规划 (12月19日-25日)



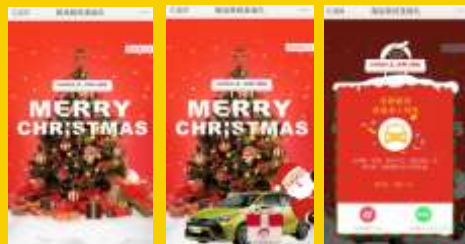
借势话题上线 同步发起逗趣互动

- 致炫借势话题#圣诞快乐#上线, 74位KOL参与话题
- @微博节日 同步发起话题互动, 带动全民拍照晒出自己发现的圣诞老人



致炫圣诞H5 摇出致炫圣诞大礼

- 定制致炫圣诞H5, 互动摇出圣诞大礼, 引爆参与兴奋度
- 致炫卖点植入圣诞祝福, 互动分享实现致炫卖点扩散



圣诞抢沙发 刺激玩法再造高潮

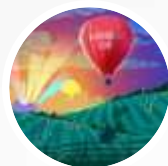
- 圣诞当日, @微博节日 发布相关节日微博, 最先抢到中午12点、下午6点两条微博沙发 2位用户获致炫大礼





话题与互动实现致炫品牌大曝光

同步发起话题互动



微博节日
粉丝：381万



@微博节日 官方运营话题上线
74位KOL参与话题助力扩散
#圣诞快乐#





互动引爆



H5互动《摇出致炫圣诞礼》

多入口助力分发，互动内容借势圣诞全面植入致炫车型卖点
趣味形式提高用户对品牌的 **认知度与好感度**

YARIS L 全新 致炫



微博节日发出博文
引导用户参与H5互动



#圣诞快乐#话题页
提供互动H5入口





高潮再造



抢

用户对致炫品牌好感度大大提升

圣诞全民抢沙发 赢取致炫大礼
刺激玩法再次点燃用户兴奋点

12月24日平安夜预告抢沙发活动
12月25日圣诞节活动刺激开启



@微博节日 平安夜预告抢沙发活动



@微博节日 圣诞当日抢沙发活动刺激开启



十六岁学姐 V: 单身狗: 做我自己的圣诞老人~ 评论配图



亚麻天秤: 学校食堂里的hhh 评论配图



小蕾-Rara: #圣诞快乐#、#好好犒劳自己#全家陪宝贝圣诞happy起来 评论配图



魏魏的伏特加: #圣诞快乐# #好好犒劳自己# 放一张朋友家小朋友刚睡醒就见到圣诞老人礼物的 评论配图



2016-12-25 08:13

想当考拉的龙猫: #圣诞快乐#、#好好犒劳自己#香港迪士尼圣诞夜~ 评论配图



王叔大好人: 圣诞节快樂 评论配图



“寻找身边的圣诞老人” 话题活动与圣诞节日高度贴合，且简单逗趣，引来大量用户参与，瞬间引爆 #圣诞快乐# 第一阶段的话题热度。

Lily向往的生活: #圣诞快乐# 评论配图



萌萌哒的小王子: 考啊有没有圣诞, 只有这个 评论配图



2016-12-24 19:03

肥嘟嘟的包蛋: 嘻嘻嘻 评论配图



feifei不是佛佛: #圣诞快乐# 系上的办展活动, 隔壁班的 评论配图



2016-12-24 00:50

cool叶言: 这是个超级萌的小圣诞宝宝 评论配图



2016-12-24 21:53

按男牌: 按女牌: #圣诞快乐# #好好犒劳自己# 居然这样放上一张祝福 评论配图



2016-12-24 10:58



Top Mobile Awards

效果&反馈



74位KOL大账号轮番注入图文、小视频等多形式圣诞原创内容

引发用户对致炫借势话题 #圣诞快乐# 的 **关注度与兴趣度**



话题 #圣诞快乐# 完胜过往同类型节日话题



话题最终效果

总阅读量为**9.9亿**
总讨论量为**172.4万**

2015#圣诞节#话题的阅读量为2.8亿
2016#万圣节#话题的阅读量为4亿

话题最终效果



移动端热门榜单第一

话题多次自然冲榜



榜单话题推荐第五

热门话题

换一换

#我向总理说句话#	4352万
#清洲加油#	2161万
#哈尔的移动厨房#	116万
#不是在吃，就是在去吃...#	338万
#林大厨の私房菜#	6910
#100种声音#	6.6亿
#圣诞节#	7.1亿
#罗一笑白血病事件#	9748万

查看更多 >

致炫圣诞借势H5互动 《摇出致炫圣诞礼》

- ✓ 贴合圣诞设置**摇一摇互动抽奖**，简单趣味**引爆参与**
- ✓ 将致炫**卖点植入圣诞祝福**，成功提升品牌**认知度与好感度**
- ✓ 分享助力H5及**致炫卖点扩散**



致炫圣诞H5互动界面



巧妙植入致炫卖点



微博分享助力致炫卖点扩散

12月19-25日，话题页+客户端banner+大号原发等大量运营推广H5



H5互动数据效果

参与量达
3,557,263



致炫卖点借势植入趣味H5
大大提升品牌 **认知度与好感度**

广告曝光效果



微博客户端广场页推荐话题
第三位通投文字链

曝光次数：**12,855,585**
 点击次数：89,505
 平均CTR：0.70%



广告总曝光量超过**3000万**
 借势圣诞高效提升致炫**年轻品牌形象**
 配合各种互动玩法成功提升品牌的**认知度与好感度**

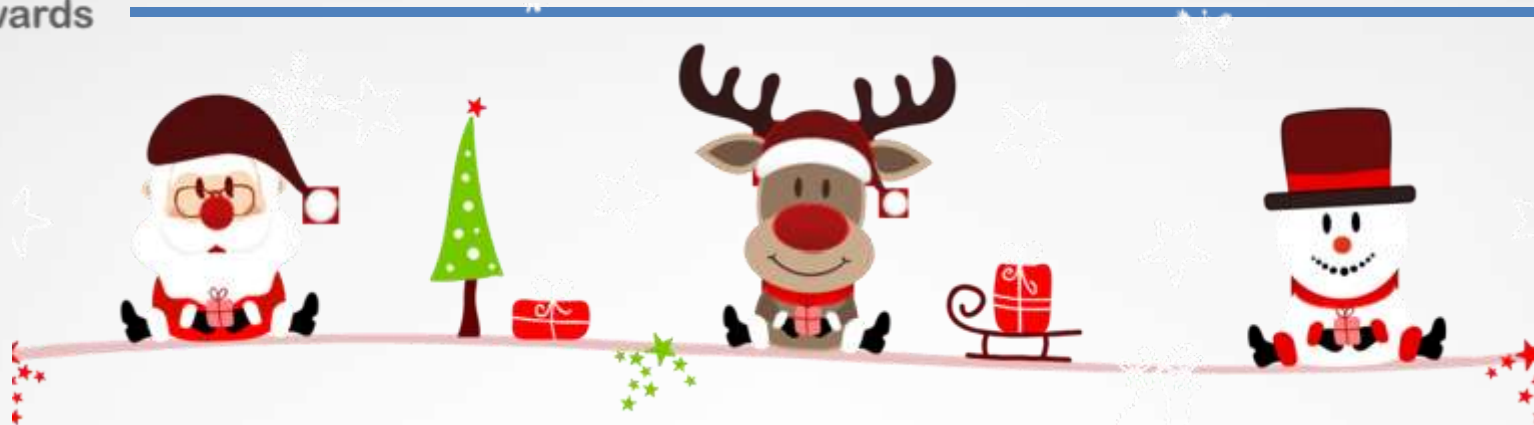
移动端+PC端Tips

曝光次数：**10,884,578**
 点击次数：52,563
 平均CTR：0.48%

数十位大明星在无任何邀约的情况下，自发参与了致炫圣诞话题。

预料之外的大彩蛋





- ✓ 充分发挥微博平台优势，通过话题巧妙借势；
- ✓ 圣诞社交势能成功转化，为品牌曝光强助力；
- ✓ 致炫卖点植入逗趣互动，集中用户兴奋点，成功提高品牌认知度与好感度；
- ✓ 众多明星意外加入，为品牌活动爆发更好效果。

全新致炫
解锁圣诞借势新姿势

