

# 一汽马自达#在哪儿过年#话题营销

- ◆ 广告主：一汽马自达
- ◆ 所属行业：汽车行业
- ◆ 执行时间：2017.01.21-02.06
- ◆ 参选类别：内容营销类

# 背景&目标

# BACKGROUND



一汽马自达2017年品牌重点战略是年轻化，希望在新年伊始之际，在春节期间借势节日热点，围绕一汽马自达最重要的两款车型（阿特兹、CX4），传递年轻化品牌精神。

那么，如何在春节的超级营销战役中突围？

# 传播目标

通过打造春节热点话题，吸引年轻网友围观、讨论，形成春节的热点事件，从而有效的传递一汽马自达品牌年轻化精神



个性



本次春节的营销重点，是围绕一汽马自达最重要的两款车型，通过年轻、个性的特点来传递一汽马自达品牌精神，吸引更多年轻人参与

# 洞察&策略

# 创意洞察

我们希望能在过节前就引起年轻人的关注和讨论，所以这个话题需要跟过年相关，还要接地气，这样才能在节前引起大家的讨论

**所以我们的挑战：**如何将“过年”和“一汽马自达品牌精神”通过微博话题软性的结合在一起，并能够引起大家的围观和讨论通过微博话题将一汽马自达品牌精神传递出去

## 过年

其实年轻人经常会为了去哪过年而苦恼，是去TA家还是你家？还是去旅游，你是否能够遵从自己的内心按照自己的方式去过年呢？是否能来一次不一样的过年？

#在哪儿过年#

## 一汽马自达

无论是阿特兹还是CX-4，其实都在传递“追随自己的内心”“做自己”的个性、年轻化的诉求。所以我们在话题运营过程中软性的突出一汽马自达的品牌精神

# 传播策略

围绕春节热点话题#在哪儿过年#，吸引年轻网友围观、讨论，形成春节的热点事件，  
通过一汽马自达品牌的介入，传递品牌精神。

## 热点话题打造

**主话题：#在哪儿过年#**

创意阐述：每年回家去哪过？怎么过年？  
其实都是现在年轻人面临的一个热点话题，  
所以我们希望用#在哪儿过年#来引发他们的  
讨论和围观



**引爆话题**

# 媒介&执行

# #在哪儿过年#春节话题运营节奏

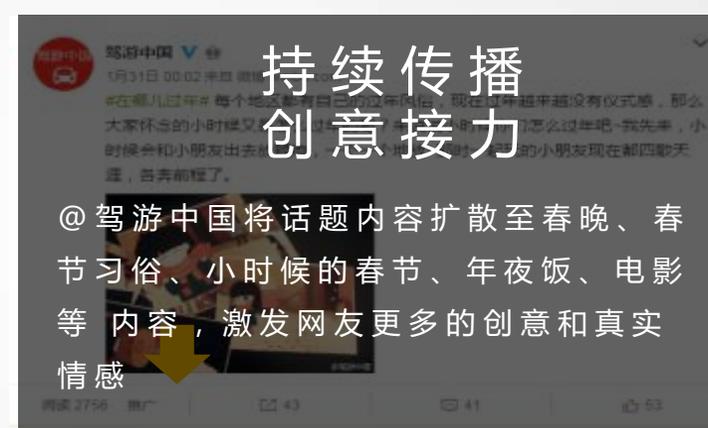
**预热阶段** 1月21日-26日期间



**热度掀起** 1月27日-除夕



**扩散传播** 除夕-2月3日



**趁热打铁，马自达品牌软性露出** 2月3日-2月6日

@驾游中国 对#在哪儿过年#主题进行升华，向网友传递一汽马自达的品牌内涵，网友也对做自己，过自己的年发表了各自的看法。

# 第一步-KOL矩阵联合引爆话题：

1月21日-26日期间

**@假装在纽约 @星座不求人 @同道大叔@王尼玛 @M大王叫我来巡山 @李铁根@所长**  
**别开枪是我 等大号原发、转发带有#在哪儿过年#视频引爆微博**



视频为一汽马自达官方拜年视频

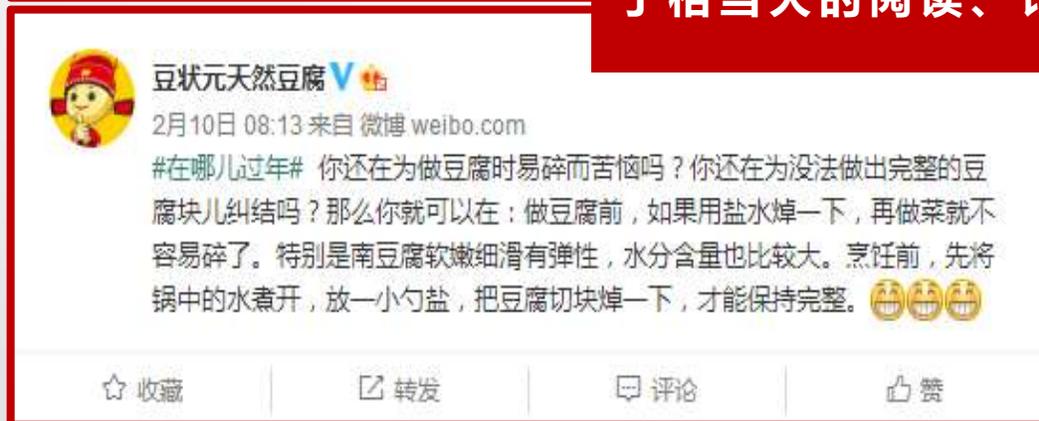
同时在预热期，@驾游中国账号通过直播为#在哪儿过年#话题进行预热炒作，配合话题视频引发第一轮传播小高潮



## 第二步-大量蓝V用户、名人主动参与话题讨论，引起话题热议效应



这些蓝V用户和一些知名人物的参与，使得#在哪儿过年#话题热度大增，带动了相当大的阅读、讨论量



# 连@同道大叔都来蹭我们#在哪儿过年#的热点:



一汽马自达 V

1月26日 17:34 来自 手机微博触屏版

#在哪儿过年#双子和狮子亮了~🐱

@同道大叔 V 🏆 📢

#在哪儿过年# 十二星座如何过春节?

## 十二星座如何过春节!

@同道大叔

天蝎座:放松心情,避开压力,万事大吉!  
天蝎的春节就是要释放给自己紧绷的状态的,  
什么压岁钱十大问的别来烦他!



1月26日 17:00 来自 微博weibo.com



同道大叔 V

+ 关注

♂ 北京 东城区 <http://weibo.com/tongdaodashu>

微博知名星座博主

关注 992

粉丝 1279万

微博 11039

☆ 收藏

📄 16

💬 10

👍 5

同时，产生了大量优质的UGC内容，其中不乏感人的、幽默的真实内容，共产生**13.5万**的讨论



网友发博嫁人后就没有回家过年了



#在哪儿过年#第一次在自己的家里过年，结果妈妈查出宫颈癌，年后手术，爸爸2016年9月脑梗瘫在床上，现在妈妈也病了，2017年惟愿亲人平安健康，有妈妈的地方才是家



#在哪儿过年#今年过年在医院过，只希望老妈能早点好起来

这样的内容还有很多很多...

## 第三步-创意内容接力持续传播

当话题讨论量达到顶峰时，一汽马自达品牌趁热推出年轻化创意海报

27日（除夕）-2月3日期间@驾游中国将话题内容扩散至春晚、春节习俗、小时候的春节、年夜饭、电影等 内容，激发网友更多的创意和真实情感，影响力覆盖90-95万微博账号



一汽马自达趁热推出春节系列年轻化创意海报

# #在哪儿过年#话题页面内植入多处关于一汽马自达年轻化元素

话题页背景头图



其它春节元素



一汽马自达春节病毒视频



关于在哪儿过年的导语



## 第三步-完美收官

# 汽车自驾大号转评热点话题及创意海报，深化传递一汽马自达品牌内涵

2月3日-6日

**@驾游中国** 对**#在哪儿过年#**主题进行升华，向网友传递**一汽马自达的品牌内涵**，网友也对**做自己，过自己的年**发表了各自的看法。



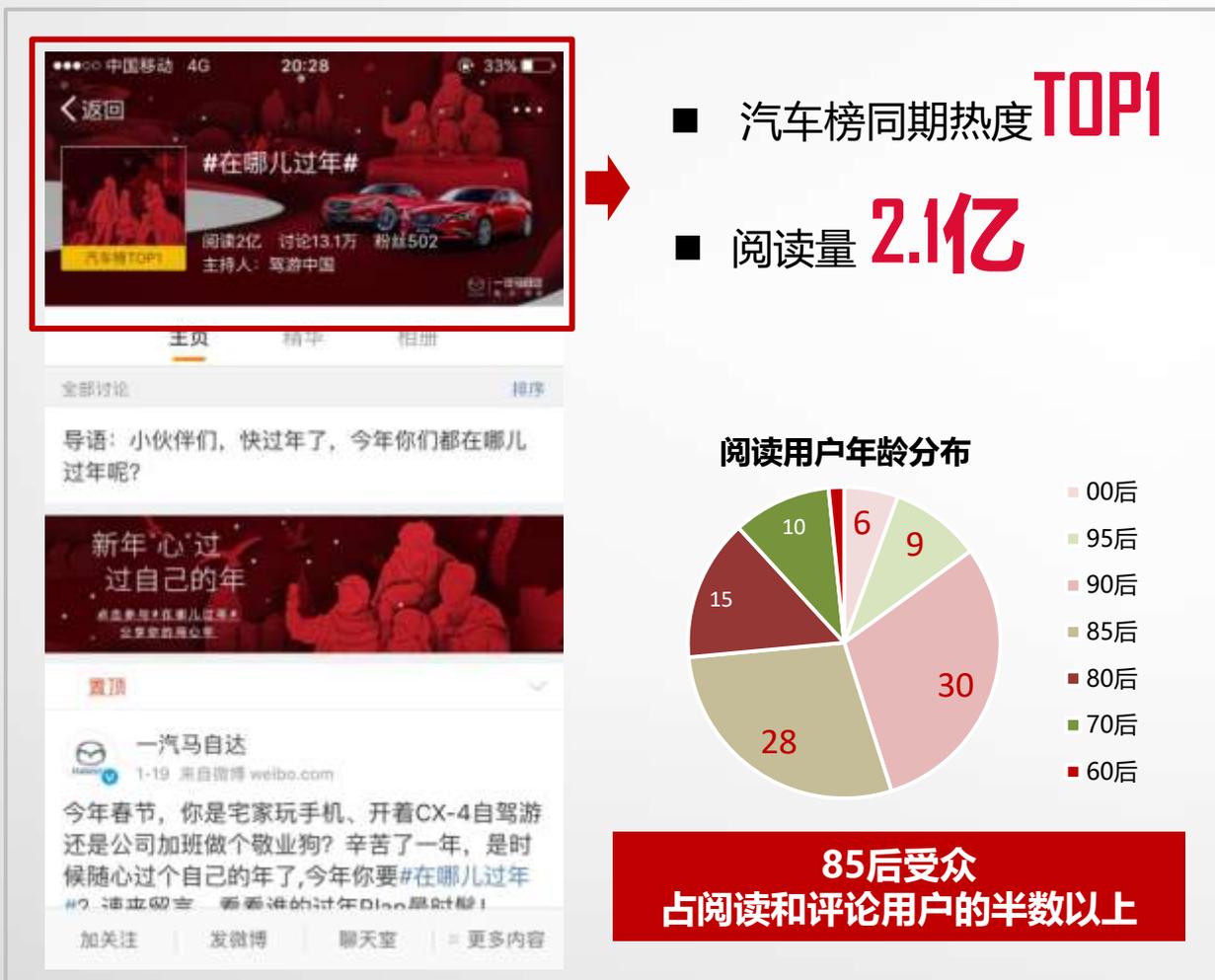
网友纷纷表达了自己内心中春节将会是什么样子：有自己安静的空间，或利用有限的春节假期陪伴家人，与亲朋挚友相约饭局、游玩等，汽车自驾大号的转评借助创意海报引发网友共鸣，进一步刺激网友去表达真实的内心想法，拉近一汽马自达与网友的距离。

# 效果&反馈

# 项目效果及数据

利用热点话题触达年轻圈层，提升品牌提及词中正面情感词汇占比至73%

话题阅读量达2.1亿 吸引大量年轻受众参与互动



传播活动有效提升微博平台年轻人对一汽马自达品牌的好感度



# 项目效果及数据

除“回家过年”相关评论内容外，25%用户表达了对“一汽马自达”品牌正面印象，此外，还有7%的用户对品牌传播的视频进行积极评价

