

滴滴顺风车深度玩转微信朋友圈

- ◆ 广告主：滴滴
- ◆ 所属行业：出行
- ◆ 执行时间：2017.01-02
- ◆ 参选类别：技术类



Top
Mobile
Awards

01

背景&目标



借助大量用户春运返乡出行的契机，滴滴顺风车需要在短时间内向用户诉求“哪怕千里之外，也能送你回家”，**成为用户返乡出行新选择。**

在朋友圈广告投放中，如何跳出基础的外层广告形式与用户基础属性定向，**深度玩转朋友圈广告**，为滴滴顺风车带来更高的曝光价值是我们在此次投放执行中的使命。



精准品牌曝光



在提升滴滴顺风车品牌知名度的过程中，借微信后台标签与DMP数据库，实现更加精准的品牌曝光。

用户社交网



通过微信用户的社交关系带动此次活动更深层的网式传播。

春运返乡新选择告知



高效告知用户在春节返回“千里之外”的故乡团聚时可以选择通过滴滴顺风车这种新形式出行。



Top
Mobile
Awards

01

洞察&策略

I

广告上线前期

精准挖掘目标用户

- 在提升滴滴顺风车品牌力的同时，我公司不仅限于后台基础定向，更注重通过腾讯大数据标签精准触达目标人群。
- 通过剖析滴滴顺风车目标人群属性，结合腾讯DMP平台跑数据包，进行挂包投放。

II

探索朋友圈广告新形式

滴滴顺风车首次使用微信原生图文广告形式



用户点击外层图片



用户只需点击广告外层图片，即可直接打开内层原生推广页。减少了用户的跳转步骤，让用户体验更加流畅自然。视觉上更具沉浸式，并降低用户的跳转流失。



Top
Mobile
Awards

01

媒介&执行





Top
Mobile
Awards

01

效果&反馈

用户广告互动比例明显高于行业水平

我为滴滴顺风车带来价值更高的曝光

总曝光 6,125.8 万次

总曝光 2,488.4 万人

人均广告停留 11 秒

总互动 237.5 万次

总互动 193.8 万人

新增粉丝 6,792 人

*数据来源：朋友圈广告投放效果报告



新的广告形式结合投放前对目标用户的精准挖掘，使用户与广告互动比例明显高于行业水平，同时在其他渠道同样广泛传播。滴滴顺风车成为更多用户春运返乡新选择。

种子用户
精准挖掘

+

微信朋友圈
新广告形式

- 用户在收到微信朋友圈广告时看到好友点赞或评论，他们参与广告互动的意愿会明显提升，进而为广告的单次曝光带来更高价值。
- 我公司通过投放前对**种子用户的精准挖掘**以及对**微信朋友圈新广告形式**的运用。与滴滴顺风车一同玩转朋友圈，在品牌提升的同时获取更佳的效果转化，让滴滴顺风车成为用户春运返乡新选择。