

东风雷诺 X 《时尚旅游》 “众筹好时光” 颜值之旅

- ◆ 广告主：东风雷诺
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2016.09-2016-10
- ◆ 参选类别：电商营销类

- 科雷嘉是东风雷诺的首款国产车型，设计充满个性，并秉承法系车的一贯高品质。作为一款展现“都市动感”的紧凑级SUV，科雷嘉锁定的目标客户是那些充满激情、天生爱挑战的85后年轻消费者，它代表着一种年轻、活力、个性、品质的生活方式。
- 自2016年上市后，科雷嘉已经成为东风雷诺SUV家族中的一员重要销售主力。传统汽车产品在上市后，传播往往由品牌导向过渡到销售导向。但在中国车市整体销量增速放缓、合资紧凑级SUV市场竞争激烈的大背景下，科雷嘉还是市场上的一支新生力量，需要保持品牌层面的新鲜度，以及与目标消费人群的关联度，进而放大产品的独特性、扩大传播声量，吸引年轻一族目标消费群，促进销售。

- 挖掘和激发年轻一族尝鲜和探索的精神诉求，巧妙利用目标人员勇于自我表达、社交广阔的特性，将科雷嘉产品体验升华为“品质社交互动生活方式体验”，实现传播广度和深度的倍增效果。
- 借助淘宝众筹平台发起活动话题，吸引公众参与其中；
- 跨资源+跨平台传播推广：充分利用《时尚》集团优势平台资源，结合东风雷诺官方平台进行话题传播，扩大人群漏斗，全面覆盖目标人群；
- 借助微博、微信、网站、APP等平台对活动进行传播、推广；分期打造不同话题，利用持续性话题产生联动效应，引发二次传播。



1. **预热期**：《时尚旅游》平台资源（微博、微信、网站、APP）联动东风雷诺官方平台发布活动相关话题，引发年轻时尚人群及东风雷诺目标消费人群关注；

2. **活动中期**：《时尚旅游》平台资源（微博、微信、网站、APP）联动东风雷诺官方平台发布全新话题活动，持续吸引消费者参与其中；《时尚旅游》平台资源发布活动中期活动报告及抽奖互动，送出科雷嘉车模及终极旅游大奖，引爆话题传播；

3. **后续传播**：《时尚旅游》联合优酷、爱奇艺、搜狐、腾讯、易车、汽车之家发布活动主题视频《旅途中发现最美的自己》；《时尚先生》官方微博、微信发布活动盘点报告微博，并在合作平台陆续发布活动报告。

视频链接：

http://v.youku.com/v_show/id_XMjg3MjA1ODU0OA==.html?spm=a2h0k.8191407.0.0&from=s1.8-1-1.2



- 话题创新：借势“众筹”热门话题将旅行、民宿、社交等热点与科雷嘉和东风雷诺品牌有机的结合在一起，突破以往汽车产品传播聚焦“行”的普遍做法。
- 平台创新：将淘宝电商平台转变为传播平台，将科雷嘉的产品和品牌信息潜移默化的渗透入人们的互联网生活，让其成为目标人群社交生活的一部分。



- 6小时即宣告众筹成功；24小时参与人数就达到324，累计众筹金额32,076元；
- 1037人参与，筹集资金102,366元，项目完成度高达1026%；
- 媒介平台曝光量400万+；
- 微博话题 # 众筹好时光 # 阅读量达到4,325,000；
- 相关论坛帖 6 篇，发布 60 篇次，共计产生158,005互动量；
- 《时尚旅游》平台发布10条微信，共计产生 97,409 互动量；11 条微博，共计产生4,824,010互动量；
- 《时尚旅游》平台发布1个视频，共计产生超过 1, 118,924次浏览；
- 共搜集到“众筹好时光”相关媒体剪报 278 篇，广告价值共计 12,315,680 元；