

一汽大众-高尔夫嘉旅 “梦想嘉之旅”

- ◆ 广告主：一汽大众
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2016.10.13 - 11.08
- ◆ 参选类别：互动体验类



背景

2016年国产高尔夫·嘉旅正式发布，以“大到想不到”的超大空间为核心卖点，以“一部车.不止一种生活”的多用车定位，将核心目标群体锁定为品质生活家庭。

而我们发现，女性在家庭购车的决策过程中占有主导性地位，如何打动品质生活家庭中的“她”成为本次营销活动的制胜关键。

目标

01 精准触达 “她”

让 “一部车.不止一种生活”
的精彩生活场景，精准触达
品质生活家庭中的重要消费
决策者——女性。

02 生动解读 “大”

制造 “大到想不到的” 产品
认知。

策略洞察

- **联合海淘平台**，我们发现海淘正在成为品质生活家庭越来越主流的生活方式之一，联合聚集≥3000万品质生活用户（≥65%女性占比）的**海淘平台**，精准触达决策群体，同时以跨境购物商城属性制造品质、精彩生活联想；
- **抓住关键时刻**，为全家买买买已成为品质生活家庭中“她”的日常，高尔夫嘉旅还原“她”的**购物时刻**，以大到想不到的超大空间为她装下一切，强化产品核心卖点。

核心创意

联合品质跨境电商还原一场，由嘉旅带路帮你装下一切的线上虚拟全球购物互动

梦想 之旅

拆解品牌关键字“嘉（JIA）”制造三馆购物体验，加深高尔夫嘉旅品牌印象

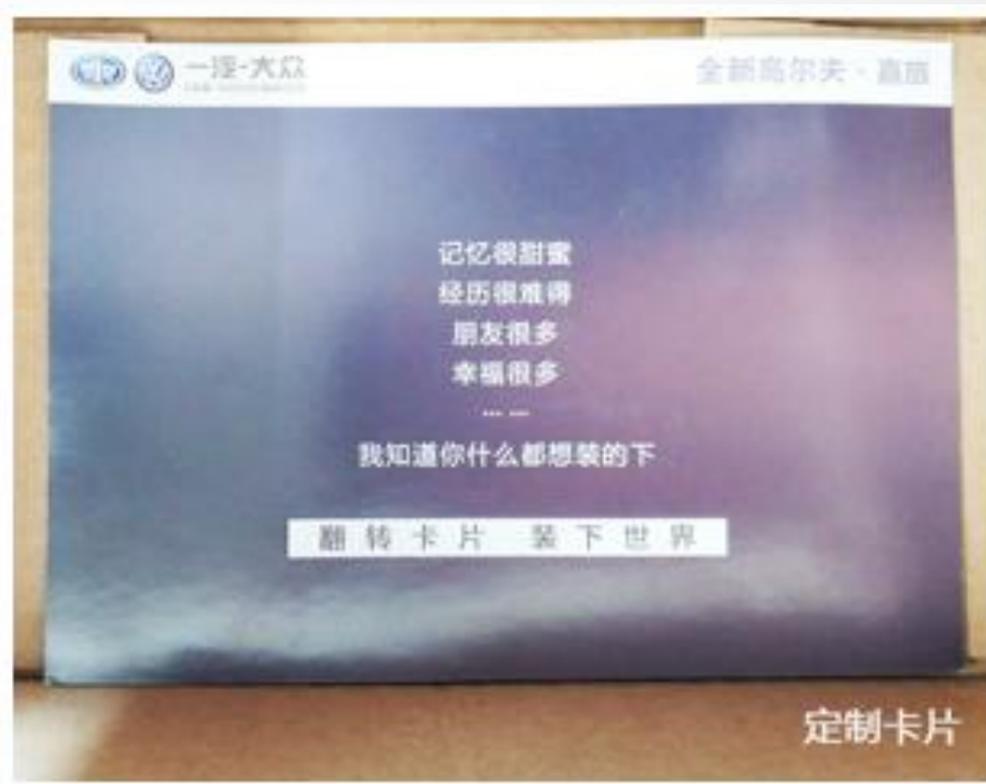
亮点1 3大抢不完的国家馆：J（JAPAN）日本馆.I（ITALY）澳大利亚馆.A（USA）美国馆，三馆联合打造虚拟环球购场景，深化高尔夫嘉（jia）旅的品牌记忆，同时制造“一辆车不止一种生活”的品牌感受；



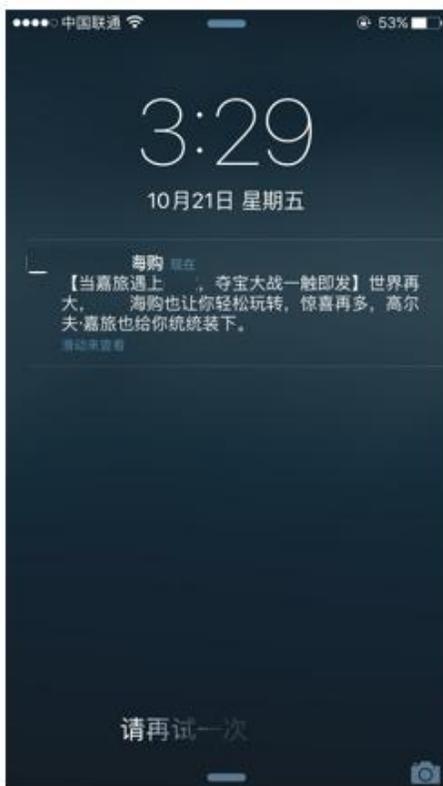
亮点2 1台装不满的购物车：虚拟抢购装车互动，以装满车辆空间的百分比作为成绩，一台永远装不满的购物车体现高尔夫嘉旅的超大空间；



亮点3 **1次有质感的点对点沟通**：活动期间联合跨境电商定制快递盒、内附卡片，用户对点暖心交流，深化品牌好感度；



亮点4 1次海购场景的多点植入：传播层面通过信息推送、焦点图推荐、优惠券等多点植入，分别覆盖海购用户兴趣关注、需求浏览、下单付款各时刻有效用户拦截。



个性化push



跨境电商首页焦点图



跨境电商优惠券



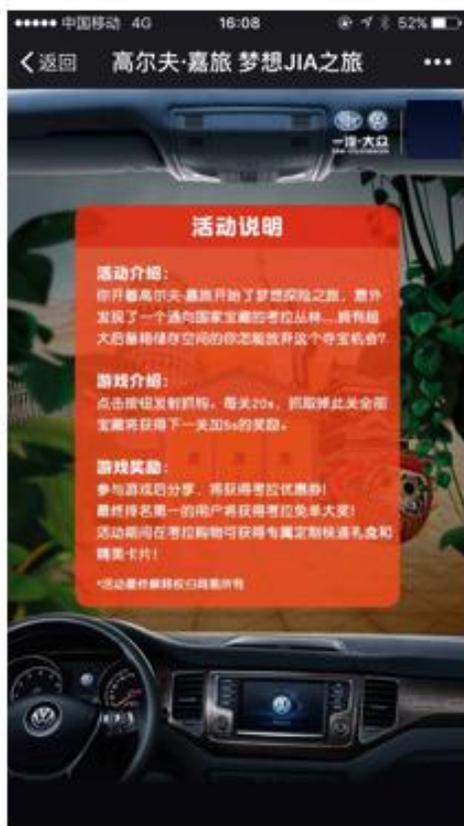
我的页面冠名

互动流程

1、点击广告进入互动，三个国家馆精彩呈现；



进入首页开启JIA之旅



阅读规则



选择JIA其中的国家馆



进入选择国家馆

互动流程

2、分别进入国家馆抢购好物，限时60S（20/S每馆）趣味互动；



每馆互动20S提示



倒计时



进入下一馆抢购



60S结束提示成绩

互动流程

3、丰富奖励机制有效收集用户信息，激发社交传播。



提交信息参与排行TOP5000收获随机优惠券



分享好礼

2016年10月13日 - 2016年11月8日活动推广期间：

1. 通过新闻客户端+海购平台的广告覆盖，总计收获品牌曝光 > **5亿**余次，精准提升品牌认知；
2. 互动活动总计收获活动参与人数 > **200万**人次，争取了深度的产品及高质生活态度体验；
3. 活动期间海购平台共发出定制快递盒及卡片**3万套**引爆话题讨论，活动参与者中总计**5,000人**收到不同金额的海购代金券奖励，进一步增加了品牌好感度。