

全新宝来-发现身边100个出彩时刻

- ◆ 广告主：一汽-大众
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2017.04-08
- ◆ 参选类别：内容营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

“宝来出彩时刻”概念视频：<http://www.miaopai.com/show/G1R5hFbe2l3hhZAM8lWBM2FrItZaFUEL.htm>

“共享出彩世界”UGC精选：<http://www.miaopai.com/show/0V6wEm90XbYVx6Fu~xEMJN0-iLzHXpxx.html>

“你生命中的出彩时刻”总结视频：http://www.miaopai.com/show/NsqPEKJq5sgChbFzoSQa8c82lpPjxcNscGI9FQ_.htm

“宝来出彩时刻”

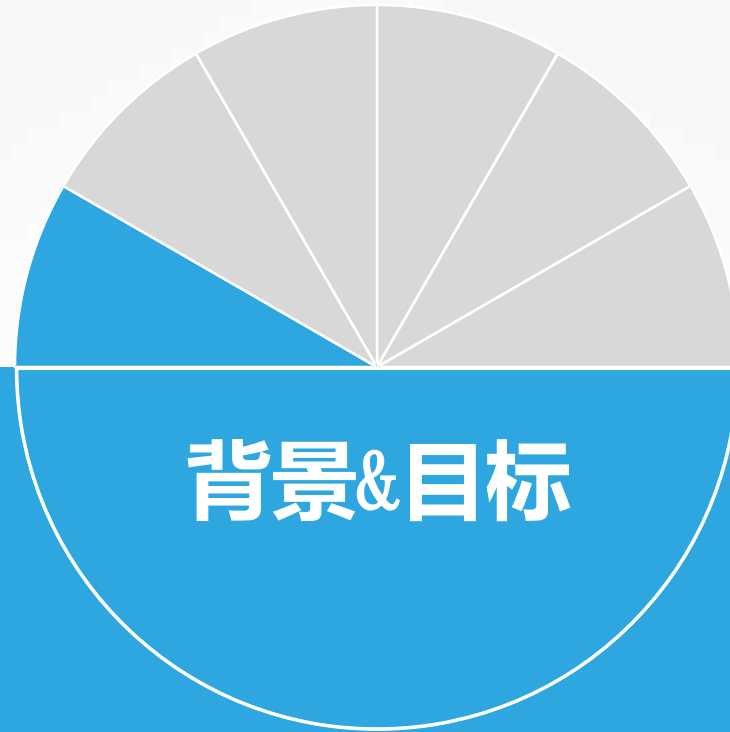


“共享出彩世界”



“你生命中的出彩时刻”

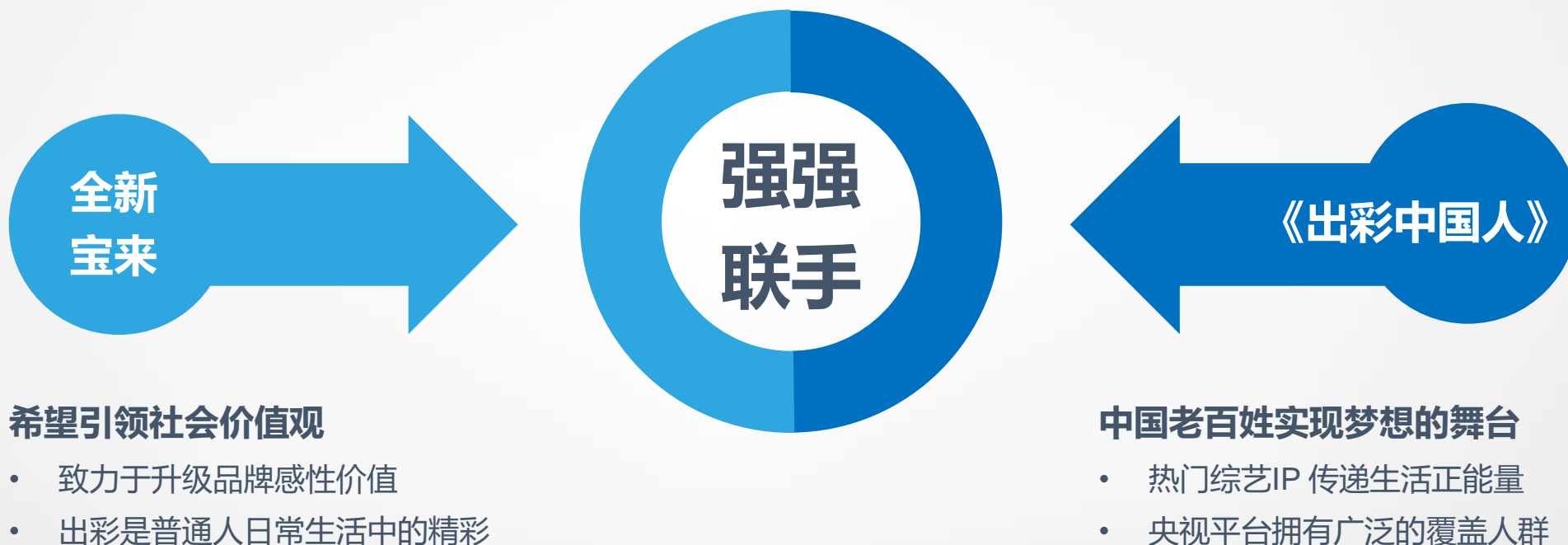




全新宝来冠名CCTV 《出彩中国人》

实现影响力从传统端向移动端的扩散，打造全民参与互动事件

背景：全新宝来冠名第三季《出彩中国人》，寻找最出彩的中国人



目标：借势节目，打造宝来出彩话题

创作优质视频内容，通过强势传播，吸引目标人群关注，提升品牌认知度

《出彩中国人》热门IP综艺



收视人群覆盖全国，影响广泛

以“出彩”作为话题，引爆社会化传播



借势热门IP，搭载强势媒体平台
引爆品牌话题

吸引目标人群关注，打造全民参与活动

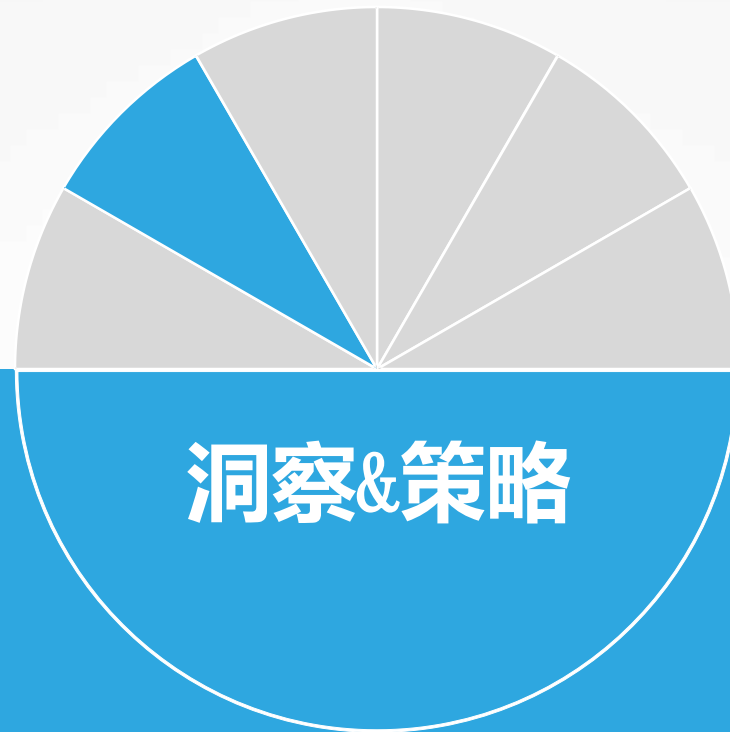


结合节目话题展开话题传播，吸引目标人群关注

网友在互动中了解宝来的出彩观



提升宝来品牌公众认知度



发现身边100个出彩时刻

用发现美的眼睛去感受你的生活，发现那些日常生活中被忽视的出彩

你的生活 Your Life

无趣
Boring
压力山大
Stressful
枯燥
Dull
日复一日
Day after day

别人的生活 Other's Life

轻松
Easy
待遇优渥
High salary
精彩
Brilliant
环境好
Great environment

日复一日的工作和生活
枯燥、无趣.....
除了羡慕别人的生活
全新宝来认为
最重要的是
发现自己身边的出彩!

发现身边100个出彩时刻 打造全民热议话题，增强互动性

STEP 1

- 借势《出彩中国人》
- 建立品牌与出彩的连接，确立品牌主张。

STEP 2

- 生活中并不缺少美好，只是缺少发现美的眼睛
- 只要留心，处处是出彩

STEP 3

- 号召人们发现自己生活中的出彩
- 完成从传统媒体到移动媒体的全覆盖

STEP 4

- 开展一场全民参与的线上视频征集活动
- 手机视频的形式，降低参与门槛。

与二更视频携手，打造线上现象级热议话题



二更优势：

二更视频--短视频领域**TOP1**，在原创视频质量和粉丝覆盖上具有相当强大的优势，其核心用户更是拥有制作并上传UGC视频的习惯。

策略阐述：

全新宝来联合二更视频，以出彩为核心话题，共同发起“发现身边100个出彩时刻”征集活动，面向全社会公众的UGC征集，引发情感共鸣，传递宝来出彩概念。

合作目标：

官方概念视频与用户UGC内容相互配合，带动“宝来出彩观”的社会化扩散，引发二次传播。



全网传播，引爆宝来出彩观

以微博微信为主阵地，全平台覆盖，官方发声引导，网友UGC参与

全网传播媒体矩阵



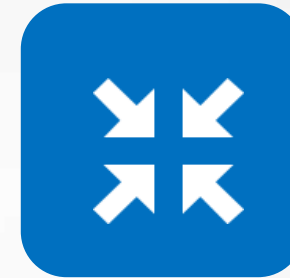
一汽-大众官方微博

官微全程参与，发布活动视频及UGC征集信息，引导用户参与活动。



一汽-大众官方微信

发布概念视频，详细阐述全新宝来出彩观，强化品牌与出彩的关联。



二更官方微博、微信

二更微博微信，凭借其广泛的受众人群，引导用户参与活动。



活动微网站

搭建征集活动微网站，作为上传UGC视频并点赞投票的载体。



新浪品效通广告

将概念视频及精选优质UGC视频，投放新浪品效通广告，扩大覆盖。



视频网站

共计上传23个视频网站，实现全网传播

项目执行：四大阶段

第一阶段

概念视频定调

拍摄“宝来出彩时刻”概念短视频，传达品牌形象并为后续活动定调

宝来生活
出彩时刻

第二阶段

微网站引导用户参与

搭建微网站，作为线上视频征集活动载体。号召网友录制并上传视频记录日常生活中的“出彩”时刻。

发现身边100个出
彩时刻

第三阶段

多轮UGC作品展示 激发用户参与热情

UGC征集过程中，分三次将优质UGC内容剪辑并传播，并根据网友点赞排名给予奖品激励。

共享出彩
世界

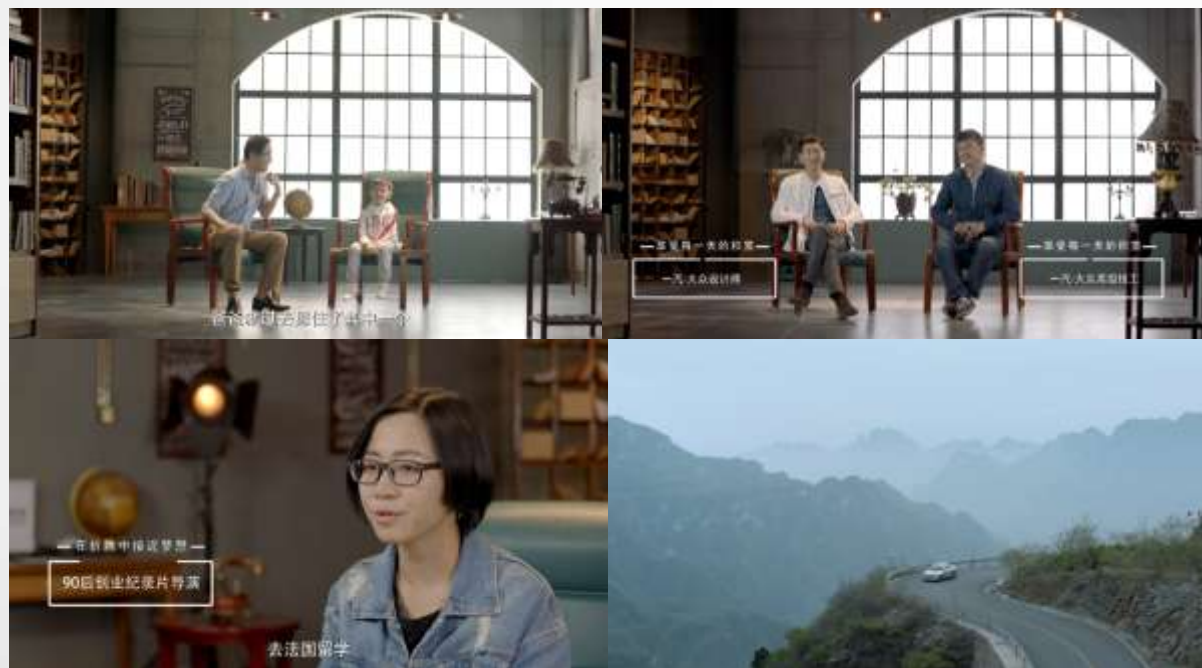
第四阶段

说出生命中的出彩时刻， 总结活动

将UGC内容与街采相结合，制作总结视频在微信、微博以及各大视频同步推出，全网扩散，扩大影响力。

你生命中的
出彩时刻

第一阶段：发布概念视频，诠释全新宝来X出彩的定义



传播内容：用感性手法记录各行各业普通人的出彩时刻，和普通生活的温情瞬间，进一步加深宝来和出彩的联系，塑造“普通但又有出彩时刻”的宝来形象。

传播媒介：官方平台+新浪微博品效通广告+15个视频网站全平台投放

第二阶段：发现身边100个出彩时刻，UGC视频征集



- ① 搭建“发现身边100个出彩时刻”微网站，作为线上视频征集活动载体；
- ② 网友们可以用手机视频形式，录制10秒左右的微拍，记录日常生活中，那些细微、精彩的“出彩”时刻，上传至活动微网站；
- ③ 网友可登陆微网站观看UGC视频，并为自己喜欢的作品点赞活投票，欣赏他人生活中的“出彩时刻”。

第三阶段：共享出彩世界，优质UGC内容二次传播

传播内容：分三次将用户上传的UGC视频内容进行混剪，在社会化媒体端进行再次传播，获得消费者认同并激发互动。

传播媒介：一汽-大众及二更官方微博直发视频，配合新浪微博品效通广告进行推广。

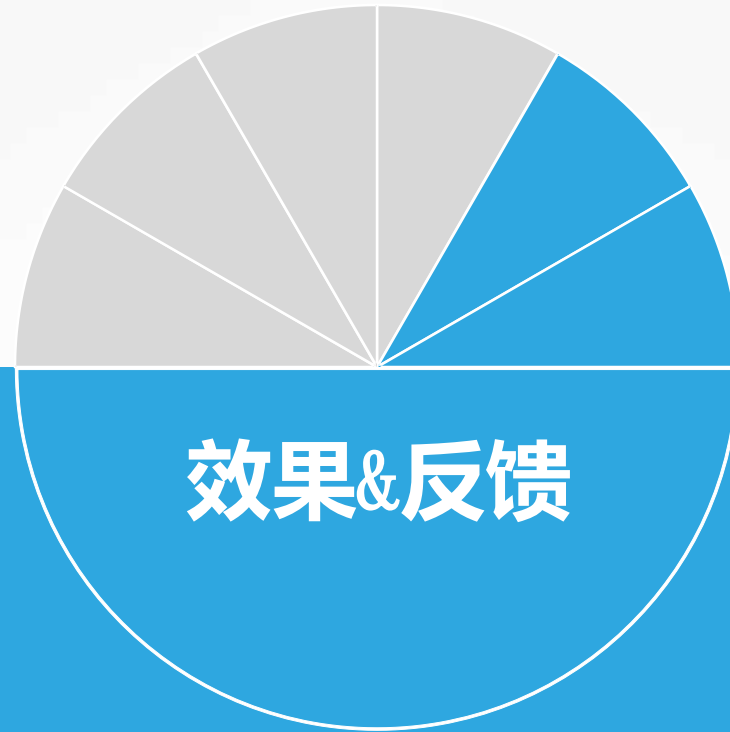


第四阶段：你生命中的出彩时刻，完美收官



传播内容：在北京、广州、成都、长春四地开展街头采访，邀请人们谈谈他们对出彩的理解，挖掘他们生命中的出彩时刻。

传播媒介：官方平台+新浪微博品效通广告+视频网站共23个平台全网投放。



吸引广泛关注，宝来与出彩强势关联

历时4个月的传播周期，5支官方视频，1990万次播放量，大大提升了全新宝来的品牌知名度

宝来品牌与出彩的关联得到了极大的增强，“宝来生活出彩时刻”的概念深入人心，全新宝来出彩观得到进一步传达

宝来生活
出彩时刻

《出彩
中国人》
电视节目播出

全新宝来
出彩观念
传播

“宝来出
彩时刻”
系列视频

网友UGC
上传整理
及二次传
播

优质UGC上
传及街头采
访

引导更多人关注生活中的出彩瞬间

历时4个月的时间，我们征集到几百个感人的出彩瞬间，通过网络端的传播和互动，更多人开始关注自己日常生活中的出彩瞬间，关注平淡生活中的感人点滴，进一步弘扬了宝来的出彩生活观，引导社会正能量。



吸引了广泛关注，品牌知名度显著提升



全平台总播放量

共发布概念视频1条，征集视频3条，总结视频1条，全平台总播放量1990万次。



UGC视频总播放量

网友上传的UGC视频总浏览量11万次，总点赞量6万次。



优质UGC数量

有奖征集的形式大大提升了用户的参与度，品牌及媒体平台达到了双赢的效果，一共征集到UGC视频185条。

1 共制作5支视频



2 总播放1990万次

时间	位置	播放量
4.28	全平台播放	517万
6.19	微博	319万
7.12	微博	336万
7.21	微博	301万
8.10	全平台播放	517万

3 UGC视频185条



4 二更二条完成10w+



Thank you !