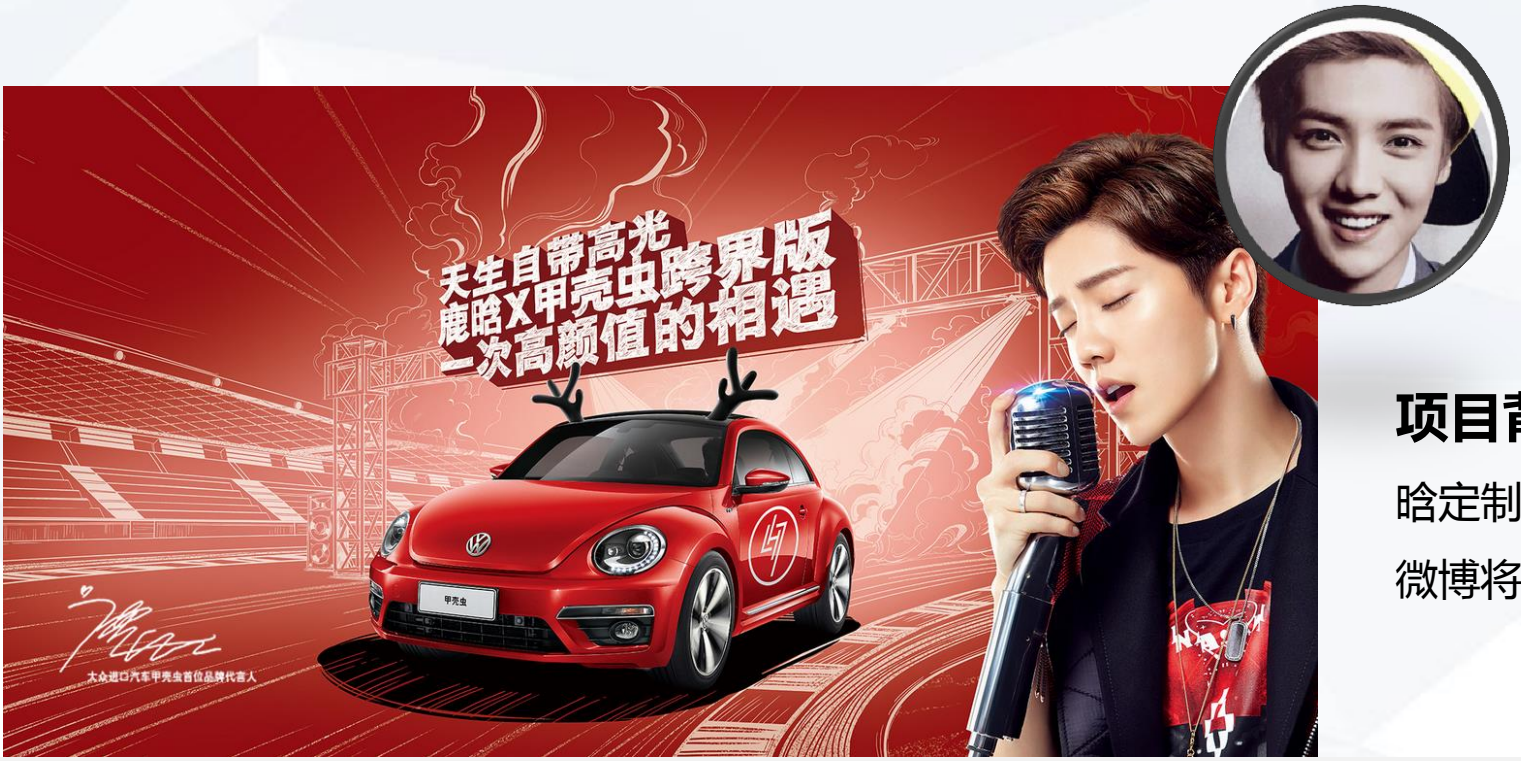
Top Mobile Awards

大众进口甲壳虫
鹿晗生日季粉丝营销

- **广 告 主**：大众甲壳虫
- **所属行业**：汽车
- **执行时间**：2016年3月21日-4月22日
- **参选类别**：互动体验类

背景&目标

背景&目标



项目背景：2016年，甲壳虫签约鹿晗为代言人并定制鹿晗定制版车型；4月20号是鹿晗的生日，3月21号开始，微博将重磅推出一系列围绕【鹿晗生日】季活动

传播目标：

吸引鹿晗粉丝关注，将鹿晗粉丝转换成甲壳虫粉丝

通过与粉丝互动，将鹿晗耿直boy的基因与甲壳虫用户勇于率性、真我、勇于表达自我的个性相结合，对话粉丝

实现潜客收集

困境&挑战

鹿晗大事件营销 制造鹿晗效应

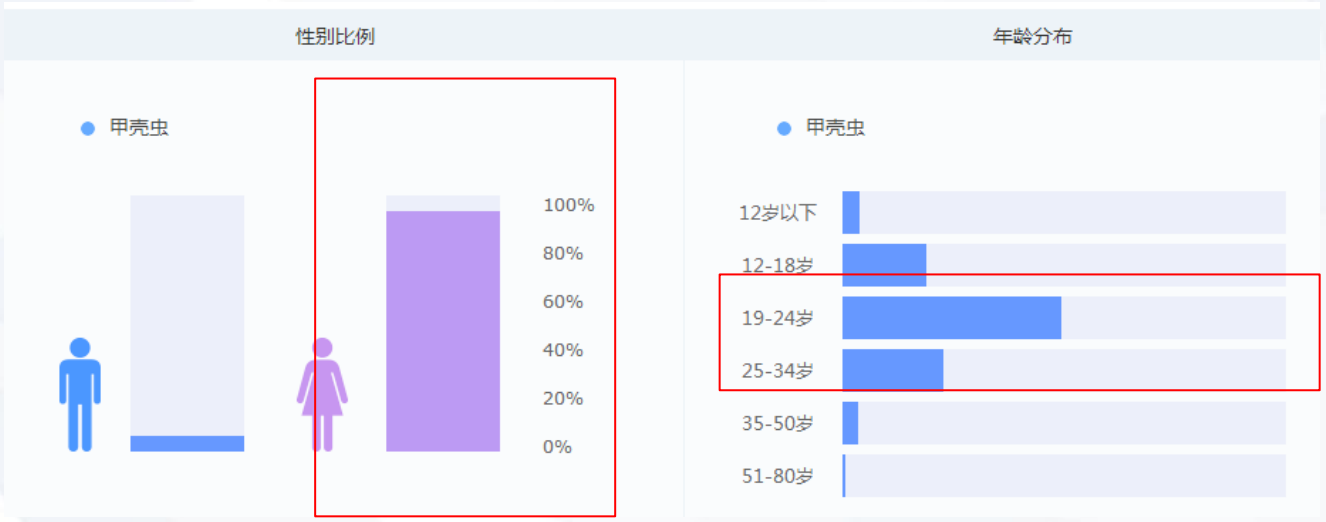
在这个粉丝经济大行其道的时代
甲壳虫如何借助微博平台
并成功借势鹿晗生日季这个粉丝节日热点
撬动由鹿晗带来的数以千万计的粉丝群体
将鹿晗粉丝转化为甲壳虫的忠实粉丝，并实现销售转化？

Top Mobile Awards

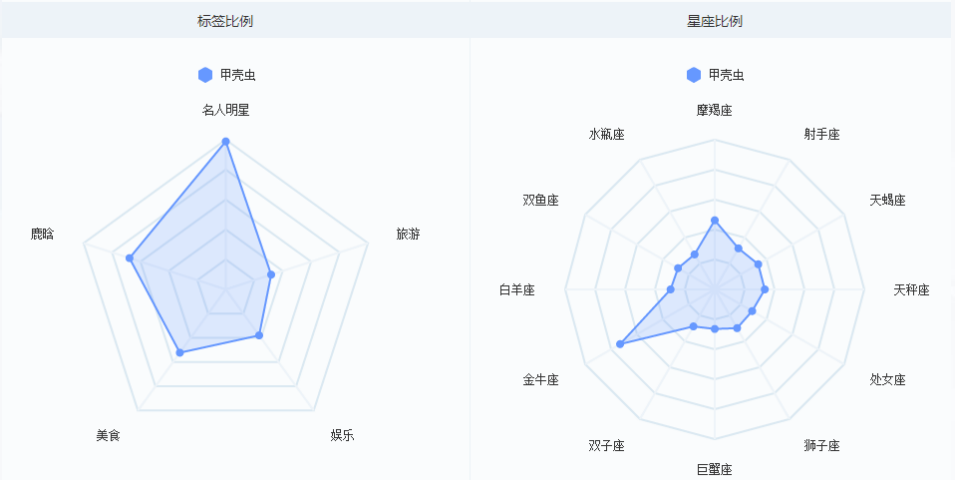
洞察&策略

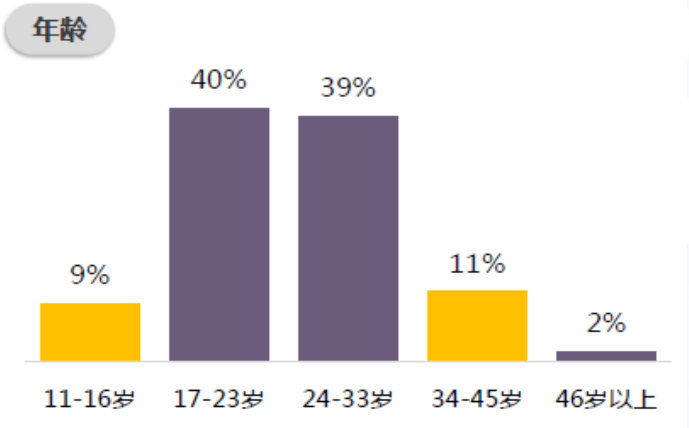
目标人群洞察

以女性为主，年轻、率性、乐观、开朗，追求生活品质，对时尚嗅觉非常敏锐，从社交中获得快乐



在微博主要关注名人明星类话题，其中对鹿晗相关话题关注仅次于名人明星





24-33岁用户占比39%，最主要的兴趣标签娱乐明星，乐于分享、长于社交，愿意通过微博获取热点、参与讨论

策略组合

“鹿晗效应”的强大POWER

#鹿晗生日季#首次尝试与社交平台微博合作，打造出明星光环带动，媒体平台的支持，合作品牌助力，粉丝深度参与的四方互动新模式

助力甲壳虫充分释放鹿晗粉丝效应，从4个层面激活粉丝

挖掘明星价值，调动粉丝热情	鹿晗&甲壳虫合体 品牌基因明星化	场景带入预热，寻求情感共鸣	强IP主战场植入，实现销售转化
甲壳虫#鹿晗生日季#转变了明星在以往传播中的角色：将传统的被动配合“以品牌为核心的传播”转变为“以明星为核心，为品牌创造影响力” 。即：围绕明星策划事件，为品牌提供传播平台	耿直boy鹿晗与甲壳虫真我基因结合，建立话题#鹿晗拥抱真我#，并在该话题下发布鹿晗代言甲壳虫TVC，将品牌基因潜移默化地与代言人基因有机结合	“假如你有一天可以和鹿哥单独约会，你会选择什么主题呢？”从活动前期预热到鹿晗生日季主场互动，均以此话题为互动切入点，引发粉丝情感共鸣	以4S店形式强势植入鹿晗生日季主互动平台Lu’s town，并借此实现销售线索收集，成功完成从吸引关注到feed粉丝到销售转化的营销闭环

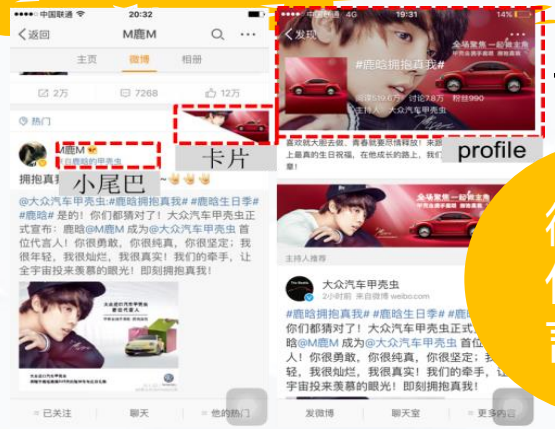
创意方式

微博不同产品逐级深入，完成对粉丝不同层级的沟通，实现传播目标

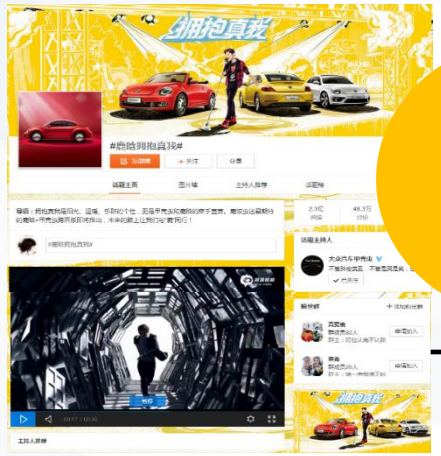
针对鹿晗粉丝强曝光	场景带入实现生日季预热	明星&品牌基因联合	强IP入口，品牌强情感关联
微代言	微投票	微话题	互动H 5
@M鹿M profile、卡片、小尾巴	假如你有一天可以和鹿哥单独约会，你会选择什么主题呢？	#鹿晗拥抱真我#	Lu’s town

核心亮点

明星微代言+粉丝互动玩法设计



微代言 微投票



微话题 H5互动

点击4S店进入H5互动流程

点击4S店，开始活动　先选择自己喜欢的甲壳虫色彩　选择想要和鹿晗一起完成的事　完成任务后，可以预约试驾

Top Mobile Awards

媒介&执行

1 企业联手代言人发起微代言

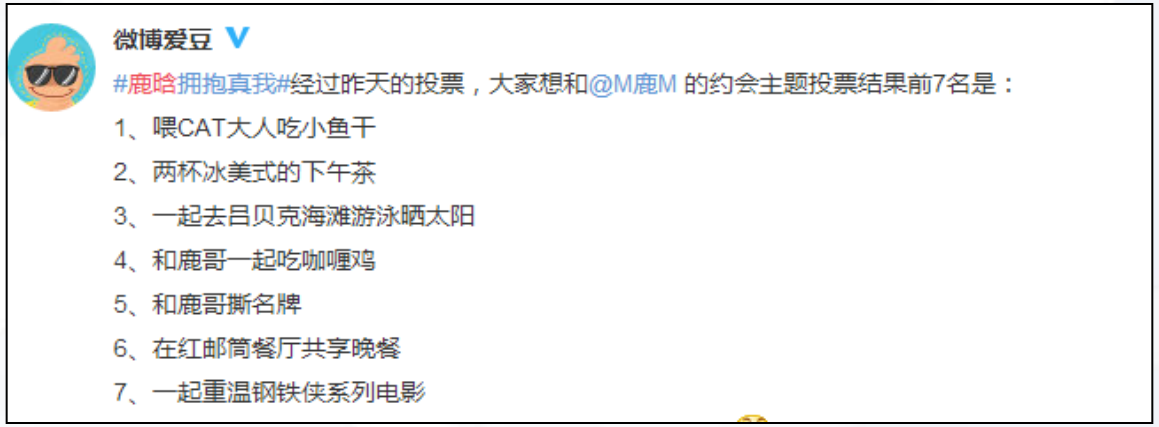
鹿晗与甲壳虫合影预热“耿直+颜值”boy合体首曝光

4月20至4月26连续7天，鹿晗代言甲壳虫消息通过微代言第一时间触达@M鹿M所有粉丝。@M鹿M微博背景更换为鹿晗与甲壳虫合影。4月20日至23日4天内，鹿晗连发6条微博均带有甲壳虫与鹿晗合影卡片，微博小尾巴更新为“鹿晗的甲壳虫”。这既是甲壳虫与@M鹿M，也是与@M鹿M粉丝的第一次牵手。

2 挖掘情感共鸣，营养粉丝

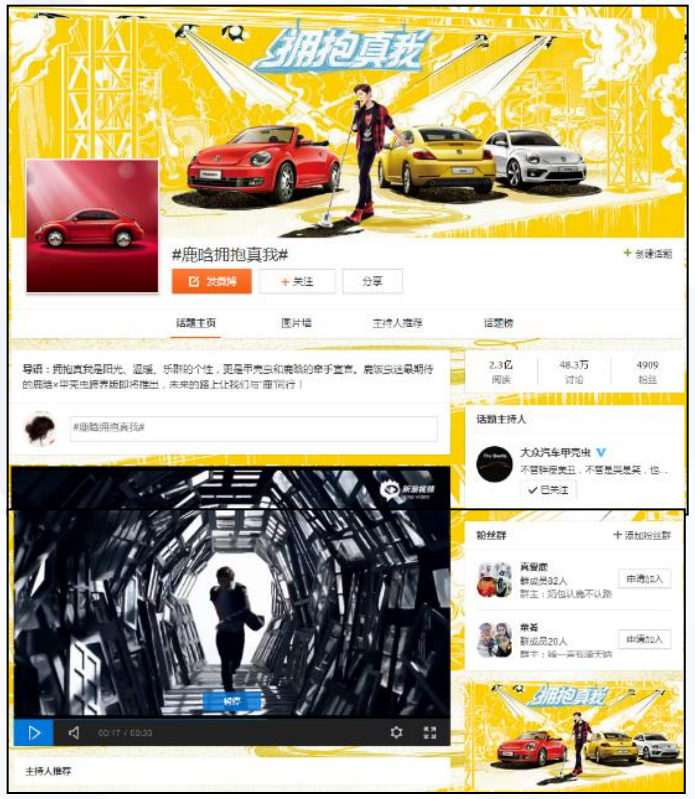
通过与爱豆约会场景大猜想，进行代入式情感营销

能和自己的爱豆来一场牵手之约，可谓是给粉丝最好的礼物。4.18鹿晗生日进入倒计时，由@微博爱豆发起投票，邀请粉丝票选“假如你有一天可以和鹿哥单独约会，你会选择什么主题呢？”网友选择约会方式即得到对应主题的投票人数及占总投票人数的比例。



3 建立共同话题，对话粉丝

#鹿晗拥抱真我#主话题上线，
搭载生日季，话题持续升温



4月18日起，结合鹿晗爱豆名与
真我基因的话题#鹿晗拥抱真我#上线

借力热点主战场锁定消费者

4

Lu’s town 4S店上线，创意H5互动，粉丝情绪G点成功转化销售

点击4S店，开始活动

先选择自己喜欢的甲壳虫色彩

选择想要和鹿晗一起完成的事

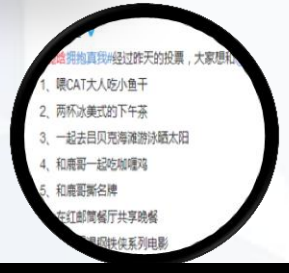
完成任务后，可以预约试驾

4月20日，@M鹿M生日当天。借势@M鹿M生日热点，热门话题“鹿晗拥抱真我”话题主持人移交给@大众汽车甲壳虫。同一天，Lu’s town甲壳虫4S店正式营业

网友可以通过Lu’s town H5点击4S店开始互动，选择自己喜欢的甲壳虫色彩，并选择想要和鹿晗一起完成的事。至此，与粉丝互动实现鹿晗生日倒计时投票互动的衔接，保障传播主线的完整性。粉丝完成任务后，可以预约试驾喜欢的甲壳虫车型，实现由粉丝向消费者的销售转化

效果&反馈

活动效果 & 数据

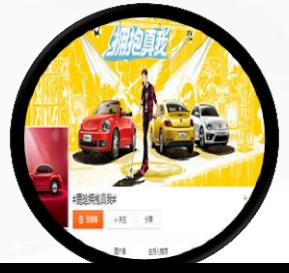


微投票预热

- 截止到4月19日投票结束，活动仅2天时间，已有

9346人参

与投票，其中18%粉丝1681人选择“两杯冰美式的下午茶”，这也成为粉丝心目中和@M鹿M的最佳约会方式

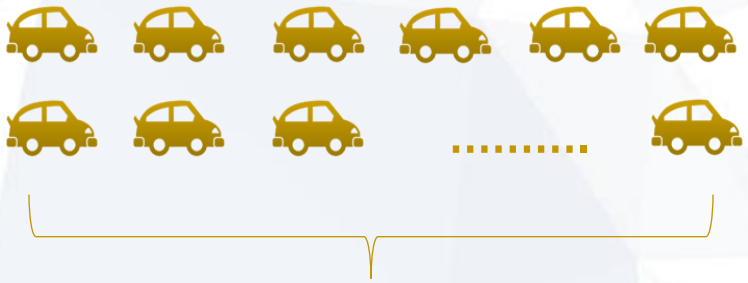


#鹿晗拥抱真我#话题

- 截止5月23日，已收获

2.3亿阅读

38.3万讨论



短短15天即收集销售线索**9910个**

项目视频：http://v.youku.com/v_show/id_XMTcyMjg3Mzc2OA==.html

活动效果 & 数据

鹿晗与甲壳虫合影已通过微代言实现

7,950,079
广告总PV

3,247,291
广告总UV

微代言卡片曝光总人数达到 **7692万**

小尾巴曝光次数超过 **415万**　曝光人数高达 **184万**

甲壳虫4S店PV总数超过 **325万**、总UV突破 **30万**

活动效果 & 数据

鹿晗，鹿晗工作室，大众汽车甲壳虫——5条微博粉丝头条

实现粉丝曝光 **4607**万 转发数 **43**万 评论数 **8.6**万 点赞数 **73**万

微话题定制页

微代言

热门话题榜

网友参与页