



Top
Mobile
Awards

汽车之家感“童”身受Social传播案

- ◆ 广告主：汽车之家
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2016.9.1- 2016.9.9
- ◆ 参选类别：媒介整合类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景&目标

• 背景

- 交通事故已经成为我国每年14岁以下儿童的第一死因，国人对于儿童安全座椅的重视程度不够，很多孩子因为没有乘坐儿童安全座椅而在车祸中受到严重的伤害。
- 从2012年至今，汽车之家一直在进行**儿童安全座椅的公益推广活动**。汽车之家在之前的传播活动中，为很多人都树立起了儿童安全座椅能够保护儿童出行安全这一正确意识。与此同时，汽车之家还在不予余力地推进儿童安全座椅的全国立法。

• 目标

- 倡导父母和孩子互相理解，让更多父母有意识去**理解孩子的真实诉求——感“童”身受**，让大众在情感上更容易接受儿童安全座椅，从而加快儿童安全座椅全国立法的步伐。
- 与用户产生**深度对话**，从情感层面沟通，让更多父母有意识去尝试理解孩子的真正诉求，借助UGC发酵此次传播主题。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察&策略

- **目标人群分析**

- 认可儿童安全座椅，但在日常使用时却因为孩子的排斥行为而苦恼的父母。
- 认可且顺利使用安全的座椅，并愿意与其他家庭分享使用经验的父母。

- **核心策略**

- 1、从持续四年的理性维度转向感性，从**情感层面**沟通，让更多父母有意识去尝试理解孩子的真实诉求；
- 2、用孩子的语言走心传播，使受众真实体验**感“童”身受**；
- 3、不采用恐吓营销的方式，从情感出发，为孩子发声，**引发父母的理解**，从而去接受儿童安全座椅。

- **案例亮点**

- 为孩子发声，引发父母的理解，在提供解决方案的同时从**情感上打动受众**，为儿童安全座椅全国立法提供更好的社会环境。
- 借用知乎平台，就话题进行深度及趣味性分析，**激发目标人群的深度参与**。

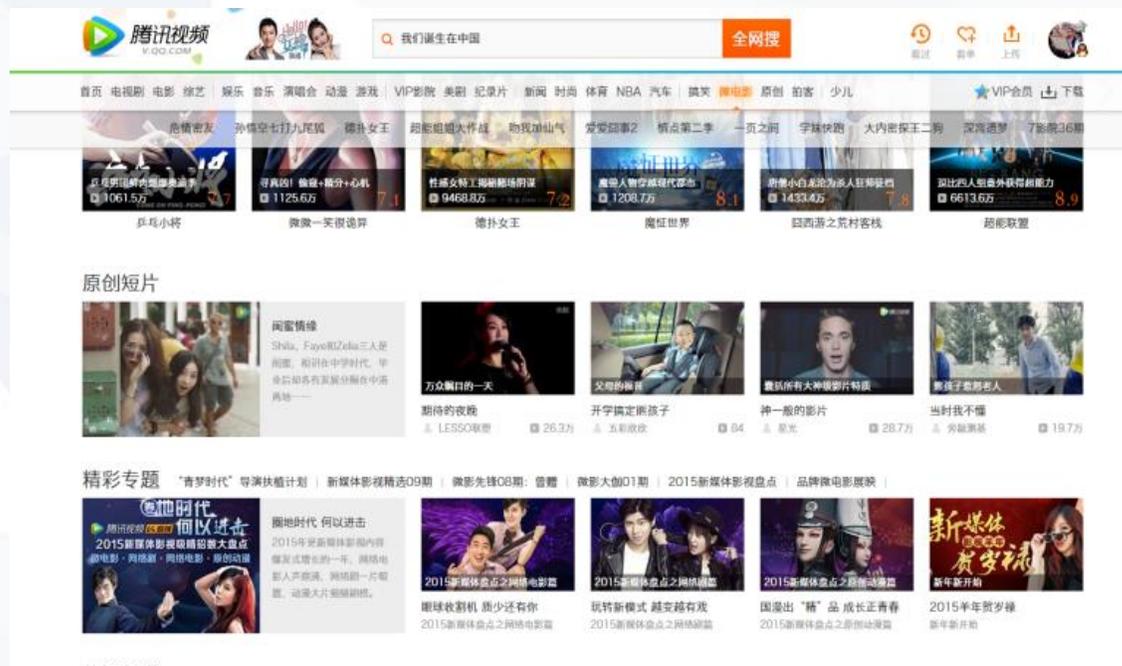


Top
Mobile
Awards

媒介&执行

第一阶段：视频造势传播（9月1号-4号）——深度视频引爆微博端

9月1日，《开学搞定熊孩子》视频登上腾讯、优酷、土豆、爱奇艺、搜狐等视频网站推荐位。



<http://v.qq.com/x/page/z0325ll3t8g.html>

视频通过KOL传播，同时官微发布#开学搞定熊孩子#话题，该话题登上**小时榜总榜TOP1、育儿榜TOP1**，引发用户大量讨论；



第一阶段：视频造势传播（9月1号-4号）——双站传播，关注度持续发酵

9月2号，视频登上爱奇艺、B站两大视频**网站推荐位**；微博、微信端传播达近10W阅读量，引发目标用户讨论。



第一阶段：视频造势传播（9月1号-4号）——引发知乎深度讨论

知乎发布【学霸说】、【如果安全座椅会说话】提问，抛出优质回答，分别引发了多个用户的深度分析及讨论，关键词搜索**排名第一**。微信端持续引爆

知乎：

匹配真实用户，寻找发掘真实需求
长期、具有持续性的传播力与关注度
引发用户深度讨论



第二阶段：妙招扩散传播（9月5号-9号）——支招海报持续抛出，再次引爆微博端

9月7号，官方微博发布第三张支招海报，微博、微信KOL扩散传播；微博话题#开学搞定熊孩子#，再次登榜：**小时榜总榜TOP2，育儿榜TOP1**；



9月7日知乎发布【公益说】提问，8号发布【公益说】优质回答；吸引目标用户，产生热烈讨论。

9月9号，微信KOL发布深度综述稿件，升华此次事件。





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

效果&反馈

1. 传播覆盖人数达**2.05亿**，累计曝光量达**4346万次**，总参与量达**2430.9万次**。
2. 视频分别登上腾讯视频、优酷、土豆、爱奇艺、搜狐视频、乐视视频和Bilibili视频网站推荐位**24小时**，视频播放量达**97.6万**频次。
3. 微博话题#开学搞定熊孩子#登上微博热门话题榜**2次**，9.1为**TOP1**，9.7为**TOP2**，话题累计阅读量**2263.3万**，讨论量**13.2万**。
4. 微博端发布官方微博**5条**，共使用**80个KOL**扩散传播，转发官方微博**40条**，直发微博**40条**，总阅读量达**1917.6万**，计获得转发**44087次**，评论**12080条**，点赞**4647次**。
5. 微信端发布官方微信**1篇**，共使用**19个KOL**扩散传播，发布推送**19篇**，总阅读量**663179次**，获得点赞**2881次**。其中2篇推送阅读量超过**10W+**。
6. 知乎发布提问**3个**，优质回答**18篇**，3天内累计获得**23267次浏览**，**2302个赞**，**190条评论**，激发UGC回答**31篇**。

本传播案围绕汽车之家在儿童安全座椅推广中的公益活动，在微博端、微信端引发受众热烈讨论；同时通过在知乎抛出的提问及优质回答，引发了大量用户的深度UGC产出。