

别克威朗GS Chinglish大作战互动案例

- ◆ 广告主：上汽通用汽车有限公司
- ◆ 所属行业：汽车类
- ◆ 执行时间：2015年12月11日-2015年12月26日
- ◆ 参选类别：互动体验类



Top
Mobile
Awards

背景&目标



背景与目标

背景

新车上市的各类营销方式对于消费者而言，已经是屡见不鲜，尤其对于年轻人而言，更是缺乏新意，如何在新车上市之际，通过一场极具创意的营销形式，吸引起年轻人的关注，就成为汽车品牌都在思考的主要问题。

目标

该营销传播运动的目标是希望通过互动营销形势，与年轻消费者间产生纽带与共鸣，带动消费者参与到品牌营销互动当中，并使消费者在参与互动的同时能够对品牌产生认知，对品牌价值理念产生认同。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略





洞察与策略

洞察

核心创意洞察：别克威朗GS两厢车上市，以“天生带感”为传播slogan，对于“天生”二字，聚集6亿用户的有道词典洞察用户本身具有英语学习需求。

洞察来源：有道用户会玩，懂生活，好娱乐，喜欢学习英语相关的一切事物，在英语学习上，追求甩掉中国人应试教育容易形成的Chinglish，让自己的英语给人感觉“天生带感”。

策略

充分调动有道词典用户对于“天生”的兴趣，并进行个H5互动传播，以有道特色的原生广告-开机画面、信息流、底部banner广告、百科词条环绕，炒热整个H5互动，用户自发分享。



洞察与策略

H5活动背景&活动进程



H5推广点位（后期增加12.30信息流内页Banner的点位）

广告位置	2015年12月																	单位数量	购买形式
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	30			
iPhone +Android手机客户端-开机（可点击）						1	1										1	常规购买无配送	
iPhone + Android手机客户端-信息流第2 条	1			1								1					3	常规购买无配送	
iPhone手机客户端-1/4底部Banner													1				1	配送	
iPhone +Android手机客户端-开机（可点击）			1														1	配送	
iPhone +Android 手机客户端信息流第10条								1			1			1			3	配送	
iPhone +Android信息流内页Banner																1		软性赠送	
iPhone +Android 手机客户端-百科顶部版块词条				1	1	1	1	1			1	1	1	1	1		10	软性赠送	
有道词典-官方微信								1									1	软性赠送	
有道词典-官方微博	1																	1	软性赠送



Top
Mobile
Awards

媒介&执行



媒介 执行

互动首先，当即对“How are you”做出Chinglish及带感英语的不同回答，用户点击开始测试，一共设置7道题目，从问题、回答、图片、答案详解，在给到用户详尽的英语秘籍之外，也将威朗GS汽车的新车卖点传达给积极活跃又爱好学习的目标用户，例如第6题中，询问在汽车里的iOS是什么，用户拼出“CARPLAY”后，可以得到详细的解答-别克威朗GS上的智能车载系统拥有丰富的功能，这就是Carplay，而最后一题中，更是让用户选择心中最适合“天生带感”的翻译，其实答案并不唯一，给用户丰富的想象空间，H5最后，统计出带感指数，引发用户重复挑战，想一键提升带感指数？点击按钮即可看到威朗GS在题目中涉及的带感卖点，填写个人信息完成注册试驾。



Top
Mobile
Awards

媒介与执行

互动H5展示



Android

iPhone

Android+iPhone手机客户端-开机



iPhone



Android

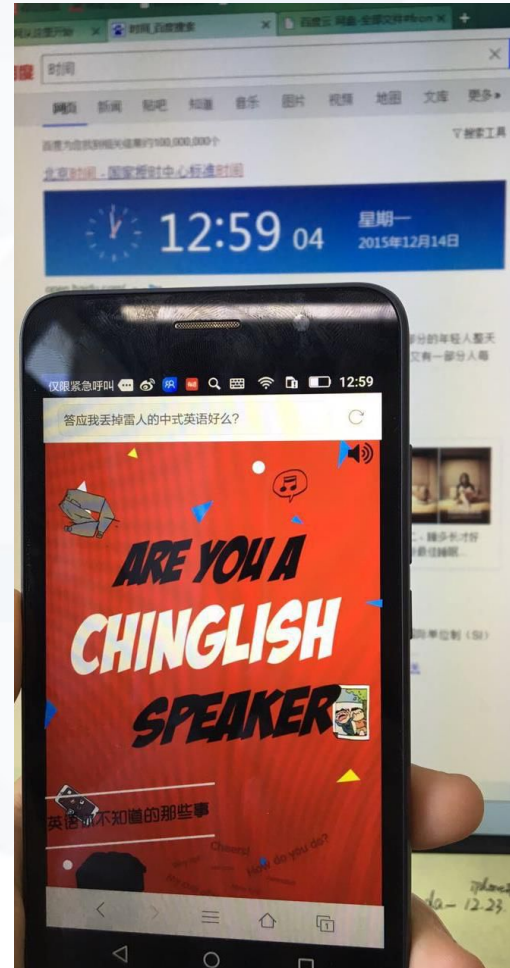


Android+iPhone手机客户端-信息流第2条

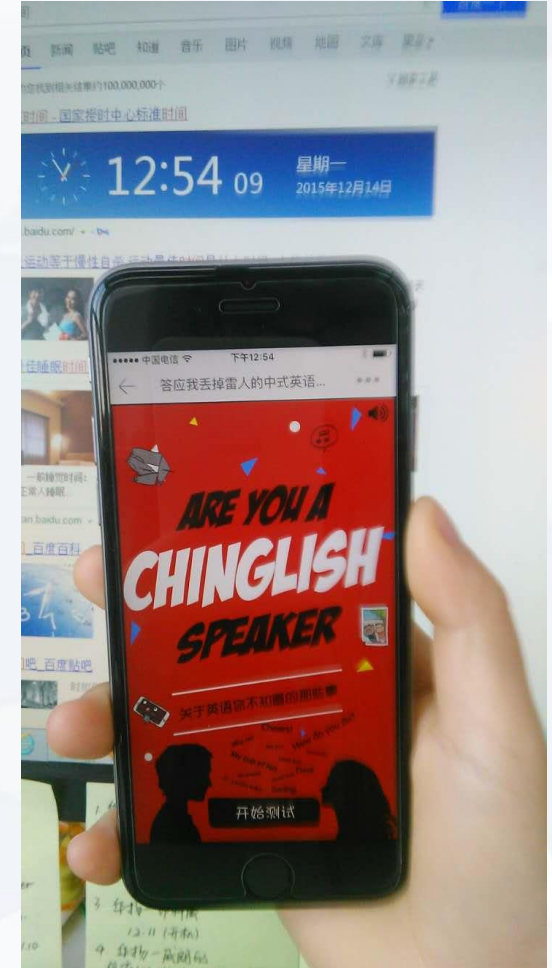
媒介与执行

落地页

iPhone



Android





Top
Mobile
Awards

效果&反馈





效果与反馈

效果

整个H5互动传播，以有道特色的原生广告-开机画面、信息流、底部banner广告、百科词条环绕，炒热整个H5互动，用户自发分享，在为期两周的传播周期内，总品牌曝光达到2亿，仅在有道词典互动页面PV达到57万，参与完成全部题目用户达到50%，用户在不断的答题乐趣中，既学习了丰富的英语知识，也感受到英语“天生带感”的重要性，互动一步步引领用户对天生带感的追求，产生对别克威朗GS运动轿跑的极大兴趣！

反馈

别克威朗GS Chinglish大作战让消费者可以参与到品牌互动当中，并能够与品牌产生共鸣，从而激发消费者购车欲望。



Top
Mobile
Awards

案例视频

http://v.youku.com/v_show/id_XMTcxOTA5ODEwMA==.html?beta&

观看密码: youdao123456

