



Top
Mobile
Awards

新途胜-《驭见自己》

- ◆ 广告主：北京现代
- ◆ 所属行业：汽车行业
- ◆ 执行时间：2016.1.25-2016.2.5
- ◆ 参选类别：创意类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

【营销背景及目标】

营销背景：岁末年初之时，北京现代对新途胜汽车进行了改款，主要更新了个性化的动力引擎，同时也想借助“春节”进行节日营销，因此提出了“新年动力引擎”主题概念

营销目标：力求推广新途胜的新动力引擎特点，借春节团圆之势，拉近与消费者的情感距离

TUCSON ALL NEW 全新途胜

自由本能





Top
Mobile
Awards

洞察&策略

【策略】

一点资讯“兴趣引擎”理念与新途胜“新年动力引擎”理念深度契合，同时双方都想借助春节进行节日营销，因此一点资讯携手北京现代，借助兴趣引擎大数据算法，进行品牌理念的深层跨界合作，完成新途胜动力引擎推广，拉近与消费者的情感距离。



【创意】

前期：用目标用户感兴趣的内容打造品牌移动互联网聚合阵地

中期：调用一点资讯后台大数据，挖掘用户兴趣点，引领用户了解最真实的自己，进行情感互动

后期：通过精准传播，让新途胜产品优势高效推广





Top
Mobile
Awards

媒介&执行

【前期执行】 频道共建，打造品牌移动互联网超级入口

打造【全新途胜】专属频道，全网抓取品牌相关优质内容，同时通过频道运营，将品牌和产品**相关文章**导入专属频道。共建品牌与目标人群**移动互联网长期沟通阵地**，凸显“动力引擎”个性、激情、自由等理念，增强整体推广力度，同时让“新年动力引擎”系列活动与**软文聚合落地**。



【中期执行】定制【驭见自己】创意H5

用户兴趣专属盘点图：调用一点资讯后台大数据，生成每个人创建的兴趣夹数量、参与的兴趣圈数量、关注的频道数量等专属盘点图，带领用户回顾2015年兴趣变化；



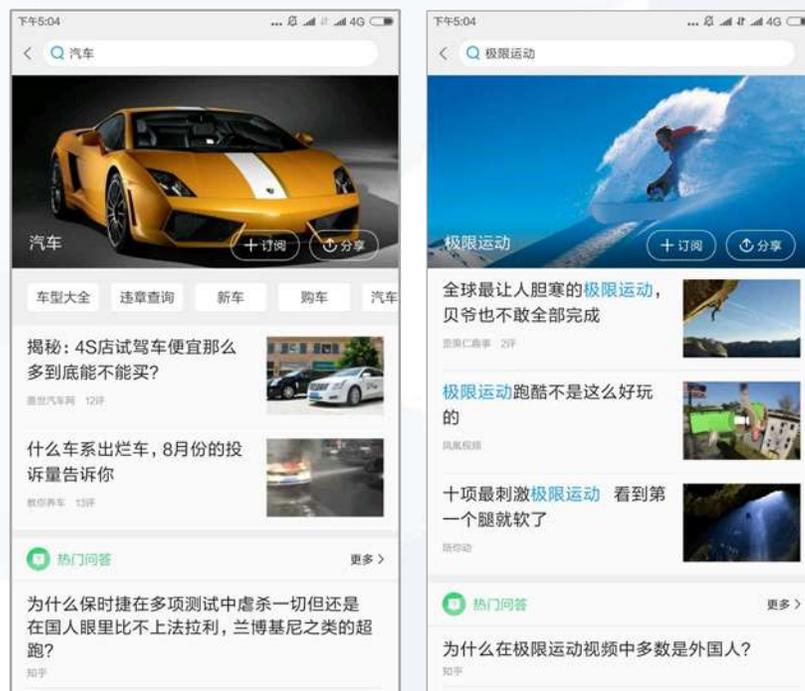
【后期执行】精准分发至双重维度频道群

将【驭见自己】创意H5和“新年动力引擎”系列活动相关新闻内容精准投放到**春节相关频道**（春节、年夜饭、春运、春晚等）和**品牌产品相关频道**（汽车、极限运动、SUV、自驾游等），紧密贴合春节热点进行借势营销，同时在汽车和精神理念两大范围进行产品推广。

春节相关频道群



品牌相关频道群



【亮点总结】

跨界合作

新途胜“新年动力引擎”的概念与一点资讯“兴趣引擎”理念深层契合，通过借助兴趣引擎大数据算法，进行品牌理念的深层跨界合作。

借势营销

借春节辞旧迎新团圆之势，带领用户回顾2015年，认识最真实的自己，拉近与消费者的情感距离。

大数据助阵创意H5

调用一点资讯用户底层数据，生成每个人唯一的兴趣回顾图，通过“兴趣标签”+“活跃度排序”双重检测，为用户定制颜色性格标签匹配适合的新途胜颜色理念。



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

【效果】

截止专题活动结束，共有2,175,419人参与【驭见自己】互动活动，通过回顾2015年在一点资讯的使用轨迹，获取专属新途胜颜色性格标签

28,035,366

曝光量

2,262,397

点击量

10.13%

点击率