Top Mobile Awards

广汽本田【全新锋范云端预售发布会】

- **广 告 主**：广汽本田汽车有限公司
- **所属行业**：汽车/电动车
- **执行时间**：2015.07.28-2015.08.13
- **参选类别**：创意类

Top Mobile Awards

案例视频观看地址：

http://v.youku.com/v_show/id_XMTYxNzAwNDQzNg==.html

扫一扫看视频

Top Mobile Awards

背景&目标

背景&目标

期望

锋范定位为新潮时尚的都市轿车，目标客户是以80、90后为主的年轻消费群体。锋范希望可以快速引爆车型上市关注，同时聚焦年轻消费群，传播锋范引领时尚的车型理念。

挑战

外

- 主打时尚年轻的概念非常多，消费者易产生混淆
- 上市期没有符合车型时尚调性的大事件可以借势

内

- 换代车型全新上市，关注度低，尚无固定受众
- 车型本身不具有很好的话题性

背景&目标

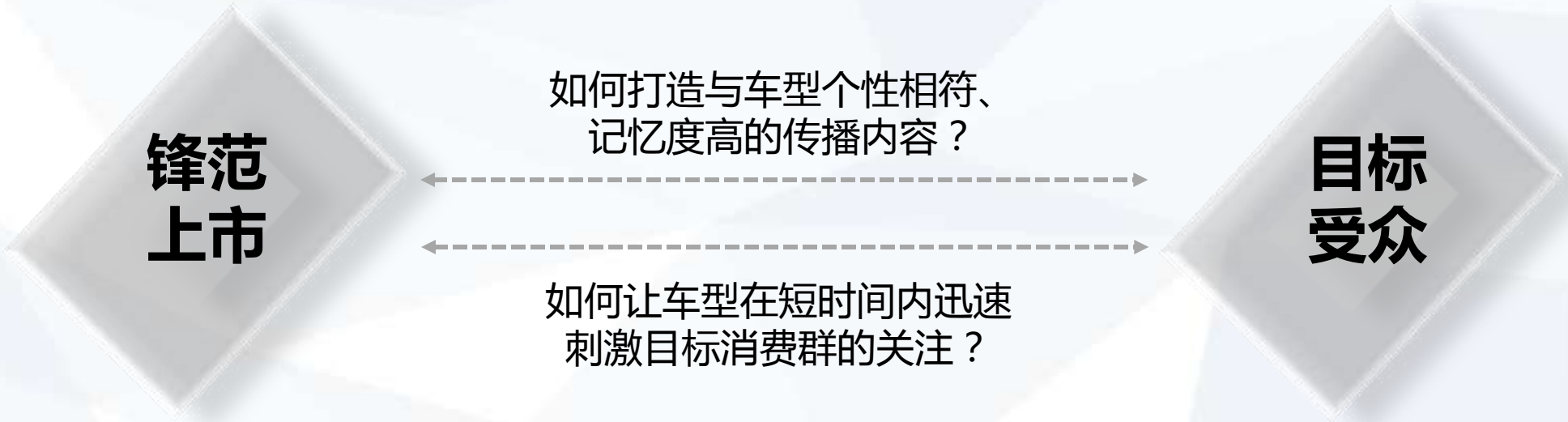
（1）快速引爆车型上市关注, 预设的KPI为预约试驾5000人，参与人数80万；

（2)聚焦年轻消费群，传播锋范引领时尚的车型理念。

Top Mobile Awards

洞察&策略

品牌的消费属性



传统的车型上市，都是以线下发布会为主，辐射的人群非常有限。同时，定位时尚潮流的锋范面向的主要为年轻的消费人群，这类人群的触网习惯主要以移动端为主。糅合了趣味互动的云端直播能够帮助车型很好地捕捉到消费者的眼球。

媒体的受众属性

网易新闻客户端

■25-45岁年轻用户占比约87%，手机是这类人群的主要触网方式；

■人均月使用次数第一：网易新闻客户端已成为大多数网民心目中“新闻客户端”这一品类的代名词；

■用户综合互动能力第一，品牌互动能够很好的引发网友的参与和共鸣。

媒体的策略组合

广本锋范云端预售发布会

汽车行业内首个真正意义上颠覆传统的云端发布会

保持粘性	强现场感	媒体参与	平台整合
始终保持发布会期间网友的高参与度	带给用户亲临线下发型发布会的强烈体验	实现媒体的广泛邀约，提升活动的公信力	7大平台全面发声，多角度全方位引流

Top Mobile Awards

媒介&执行

核心创意

跳脱出千篇一律的新车上市模式，网易让锋范用最潮流的方式夺人眼球！

网易提出“云端预售发布”概念，用纯移动的方式承载线下发布会所能做到的一切内容。延伸网易新闻客户端作为移动互联网王牌终端的平台优势，借助多种移动交互传播手段，带给用户强烈的现场参与感，成功打造“汽车行业真正意义上的汽车云端发布会”。

执行

媒体签到时间

媒体签到——

还原线下发布会媒体签到的隆重仪式，**赋予锋范云端预售发布会强烈的现场感**

活动效果：

实现300+家媒体的邀约

执行

媒体签到时间

MODE型值挑战——

结合锋范的时尚基因，设置时尚类趣味游戏，

彰显车型时尚理念，同时能够提升用户的活动粘性

执行

媒体签到时间

360°在线赏车——
锋范车型全方位、多角度展示，
强烈的视觉冲击让网友感受到车型的
型酷外观 、运动造型时尚特点

执行

FM互动直播时间

重量级FM直播嘉宾——

锋范云端上市**首创式采用FM直播的形式**，邀请**电台DJ、资深车评人、时尚达人**组成豪华直播阵容，从**专业汽车知识**、**时尚潮流资讯**等方面丰富直播内容

三名FM直播员隆重登场

交通电台DJ钟鸿飞介绍

资深车评人高杨介绍

著名时尚达人栾奇介绍

执行

持续性互动参与

丰富的互动形式，以及富有吸引力的奖励机制，
刺激网友持续关注、参与及转发

价格竞猜

邀请好友

有奖抢楼

预约试驾

Top Mobile Awards

效果&反馈

预设的KPI为预约试驾5000人，参与人数80万

活动效果远超预期，其中参与人数达到600%+

PV：5,096,543

UV：3,336,551

IP ：2,646,286

平均访问时长：

00:01:14

试驾：6,606

游戏：8,676

聊天室：1,192

价格竞猜：3,993

总收集销售线索：20,467

数据由网易提供　数据统计时间：

7月28日09:00-8月1日 18:00