

# 长安福特全新福克斯 “王者之心——敢·行”态度公开课

- ◆ 广告主：长安福特
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2015.8.1-2015.9.10
- ◆ 参选类别：内容营销类

# 背景&目标

- 
- ◆ 用态度诠释“**敢·行**”理念，向品牌目标受众全面传递“敢·行”态度；
  - ◆ 制造#敢·行#话题热潮，促使新车**曝光最大化**；
  - ◆ 提升消费者对全新福克斯的**好感度**。

2015年长安福特全新福克斯强势来袭，其外观、动力、操控、智能及科技等方面得到了全面的升级。对此，品牌结合车型特性提出#敢·行#口号，希望借此提升品牌认知度及产品好感度。

### 挑战：

结合媒体资源及态度营销手段，如何深入诠释“敢·行”品牌精神？并强化目标受众对“敢·行”理念的认知与共鸣？



# 洞察&策略



**敢行**态度

前行，无所畏惧

**二三线**  
城市为主

**年轻人**

人生中的第一辆车

结合品牌定位及目标受众分析，甄选媒体独家优势资源——媒体旗下**公开课**为合作平台，携手“**态度公开课**”栏目，打造首个以态度标签进行内容塑造的公开课营销案例，全面彰显“王者之心，敢·行态度”！

顶尖  
形式

态度  
策划

传播  
共振

此次全新福特福克斯“王者之心—敢·行”态度公开课案例合作，通过顶尖形式、态度策划、传播共振三大营销维度，共同实现品牌“敢·行”态度的全面落地。

- 1、有态度的**内容**彰显品牌理念——  
一个核心内容“王者之心，敢·行”态度公开课定制
- 2、有态度的**标签**丰富品牌内涵——  
四大“敢·行”态度标签（敢冒险、敢过瘾、敢创新、敢坚持）
- 3、有态度的**人物**讲述品牌精神——  
四位领袖人物态度发声，从60后到90后覆盖全用户



# 媒介&执行

# 顶尖形式

**在高端品质用户汇聚的平台，  
由王牌制作团队打造TED式演讲，  
吸引高端人士目光。**

# 顶尖形式—态度公开课



網易公开课

《态度公开课》  
一脉相承

携手品牌，量身定制态度公开课特别策划，  
超越传统广告模式！

高标准  
王牌制作团队

多档央视、各卫视重点栏  
目制作团队，节目录制、  
后期剪辑，全程参与！

# TED式演讲 吸引高端人士目光

最顶尖国际商业智慧，最多元前沿思想源泉，最开放话题灵感分享

线下TED式演讲  
KOL主动发声

从被关注走到台前，倾听嘉宾畅  
所欲言、交锋对话

线上视频形式  
还原现场

演讲过程全录制，品牌态度生动  
解码

一种态度  
多种演绎

演讲嘉宾多维度诠释同一主题，  
品牌态度饱满呈现

态度  
公开课



网易公开课

# 态度策划

**结合品牌精神由内容到互动深度策划，  
定制态度标签，借名人态度传达敢行精神，  
达到用户与品牌共鸣。**

## 态度策划-内容策划



**4大标签,4个态度人物  
在态度现场**

**讲述不同年代人物的#敢行#故事**

## 态度标签生动演绎#敢行#态度

#敢过瘾·行#

60后



#敢创新·行#

70后

#敢坚持·行#

80后



#敢冒险·行#

90后

课程邀请多领域知名KOL主动发声，从60后到90后覆盖全用户，以**#敢过瘾#**、**#敢创新#**、**#敢坚持#**、**#敢冒险#**四个主题，结合自己的亲身体验鲜活诠释品牌精神，讲述自己的**#敢行#态度**。

## 态度策划-互动策划

强化品牌态度认知 提升品牌好感度  
邀请用户以多种方式参与#敢行#态度理解



街头挑战



现场互动

品牌-用户双向交流

# 街头挑战 创意互动让#敢行#态度深入街头

公开课携手全新福克斯推出“行者”挑战，由特邀嘉宾知名主持人李晨走上街头，找到“行者”参与，完成“行者挑战”，证明你行，让“敢行”态度深入街头。



剪辑观众“神回复”，打造病毒视频，进行后期传播



敢行挑战内容：

你敢跟着我念一段绕口令吗？

你敢让你的女朋友坐在背上做俯卧撑吗？

你敢打电话给你兄弟说“我爱你”吗？

## 现场互动 趣味直观理解#敢行#态度

态度公开课四位特邀嘉宾用自己的亲身经历及超凡口才引起观众掌声连连，设置互动环节与观众趣味互动让听众更直接的理解#敢行#态度。



# 传播共振

**携手站内站外优势资源，  
寻求传播效益最大化。**

## 传播共振

强大媒体影响力

# 提升品牌形象用户认知，最大化品牌传播

### 站内

线上+线下联动配合，  
PC+移动端跨屏联投，  
硬广软广同时深度植入。

### 站外

权威平台同步推广，  
视频、公关稿、音频内  
容等多种形式全覆盖

# 专题页面跨屏联投



## PC端重点资源配合

公开课各大平台广告位配合推广#王者之心·敢行#态度公开课，最大程度吸引全新福克斯用户。



首页焦点图



策划汇总页-焦点图



公开课策划文字链



策划频道-右侧矩形图文广告



演讲区大图文



演讲区小图文

# 移动端四大终端同步覆盖

## 公开课

- 2000万安装量
- 四大终端同步覆盖



开机画面



焦点图+小编推荐右侧图文



全部课程信息流



云课堂信息流



公开课微信

站内 微博平台配合

微博  
粉丝44万



## PC端优质资源海量曝光

整合媒体首页、王牌频道、126邮箱等海量优质资源，全力助推品牌形象的传播与曝光。



## 移动端黄金位置大幅呈现

多款王牌移动产品抢占不同广告位，海量曝光，短时间内最大化提升目标用户认知。



## 视频全方位利益露出

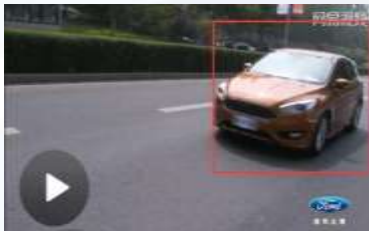
从病毒视频到态度公开课，视频中多处呈现全新福克斯logo及软性植入，提升品牌形象传播力。



视频角标



视频角标



车辆露出



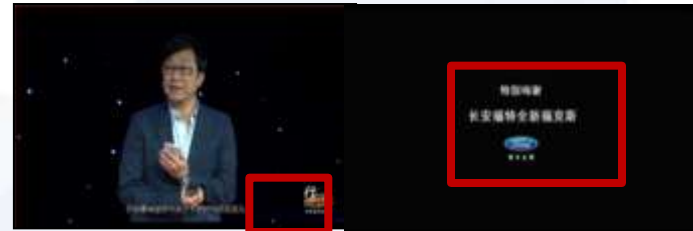
广告插入



特效



特别鸣谢



站内

## 活动现场全方位利益露出

态度公开课录制现场及场外，多处呈现全新福克斯图片及标志，海量曝光品牌形象。



现场立体字



定帧



现场TVC播放



室外易拉宝



室内指引牌

站外

## 站外多种形式曝光态度公开课

视频：输出到综合类视频网站

“爱奇艺”、“优酷”、百度视频、华数TV、福建广电网络集团等综合类视频网站同步进行更新。



公关：覆盖主要行业垂直媒体

深度PR稿：梅花网、广告门、Topmarketing等垂直行业媒体合作。



内容：网络电台

转化为音频内容，在喜马拉雅FM、蜻蜓FM、考拉FM等多家网络电台输出。



重点嘉宾平面广告

重点嘉宾将在福布斯、创业邦、广告人等平面媒体，及户外等态度公开课广告中以个人主形象出现。



# 效果&反馈

## 整体推广效果【数据汇总】

推广时间：2015年8月4日-9月30日

PC端总 PV：589,154,337 实际点击：520,947

移动端总 PV：162,447,927 实际点击：342,339

嘉宾视频播放量：

梁家恩 28,753，姜思达517,881，李晨144,298，曹启泰306,577

现场参与人数：200人

\*数据由代理公司提供