

东风悦达起亚凯酷#2021牛起来呀#CNY营销

- ◆ **品牌名称:** 东风悦达起亚
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2021.01.18-02.25
- ◆ **参选类别:** 场景营销类

牛起来呀

东风悦达起亚微博春节推广结案





凯酷 & 春节

一场春节场景抢夺战

农历牛年，东风悦达起亚凯酷主打牛起来亚春节传播主题
承载全民新年对美好心愿的寄托，希望通过微博炒热凯酷CNY传播主题，建立品牌和CNY场景的强关联。

目标一

突围

春节营销品牌扎堆
助力东风悦达实现突围

目标二

关联

在粉丝热议春节场景下
实现品牌与热点的关联

情绪挖掘



经过不平凡的2020
我们每个人都很牛
牛年更是承载国民的美好期待

热点挖掘



微博用户关于牛年的讨论较多
“牛”自带情感属性承载了粉丝的期待
和起亚牛年传播主题高度契合

品牌挖掘

东风悦达起亚品牌名
【隐藏牛祝福】

东风悦达起亚=牛起来呀

凯酷车型名
【隐藏牛元素】

凯酷=牛角

东风悦达起亚联合微博明星，通过话题联动，群星运营，用一个关键牛元素打响CNY营销战

2 0 2 1 牛 (起) 来 (呀)

一个品牌谐音梗

东风悦达起亚品牌关联

一个牛年关键元素

车型名称关联

一个春节超级IP

品牌主张关联

Step1-热点打造

品牌谐音梗

基于牛起来亚打造的话题矩阵
微博娱乐运营话题，明星衍生话题及品牌自营话题交叉联动



东风悦达起亚和CNY场景建立关联

Step1-热点打造

话题页立体展示悦达起亚，抢占粉丝第一视觉关注，话题阅读量16.7亿

头图/头像/导语/通栏



王牌嘉宾/横滑模块/置顶博文



一键参与/话题贴纸



头图/ICON/文案等



Step1-热点打造

捕捉明星事件热度，搭载主话题运营明星衍生话题，持续为主话题注入明星粉丝流量



Step1-热点打造

品牌自运营#牛起来亚#话题，达人矩阵双话题发博，配合主话题玩转品牌谐音梗

从起呀到起亚的持续宣导，持续影响粉丝心智



Step2-群星运营

一个牛年关键元素

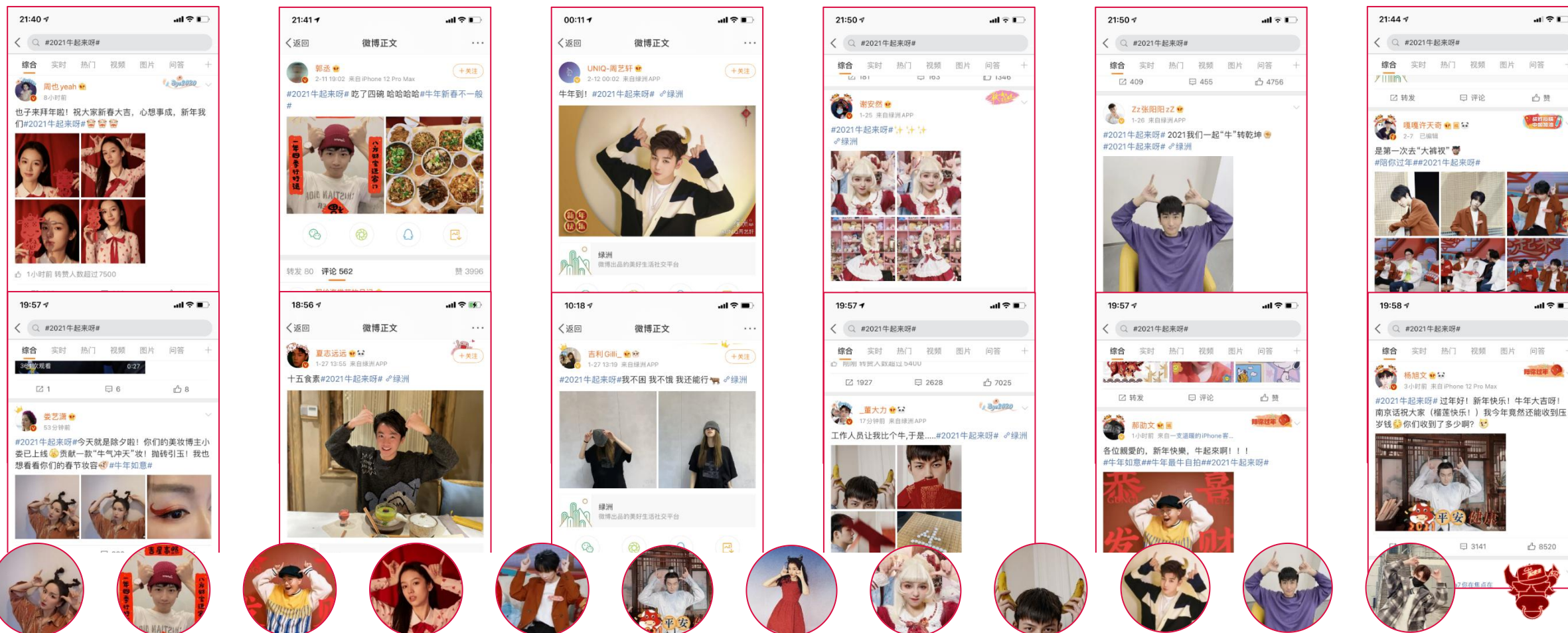
基于凯酷车型挖掘牛年关键元素
围绕双手比牛的拜年新姿势，打造牛起来呀的内容矩阵



车型名凯酷建立强关联

Step2-群星运营

联动群星定制双手比牛的拜年姿势，趣味形式引发关注好奇，并和品牌建立关联

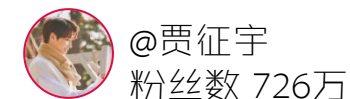
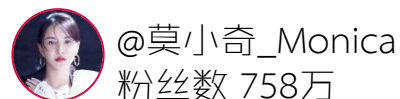


注：仅展示部分明星

Step2-群星运营

邀请三位明星担任新年心愿官，定制海报发布，持续炒热牛起来呀话题热度

> 明星内容定制——新年心愿官



明星定制海报



明星定制海报



明星定制文案

+ 明星定制海报



★ 明星文案中原生植入客户Slogan

Step2-群星运营

千万级顶流群星内容运营，围绕牛年心愿发布内容，吸引圈层粉丝持续关注

> 群星内容运营——牛年牛心愿



注：仅展示部分明星

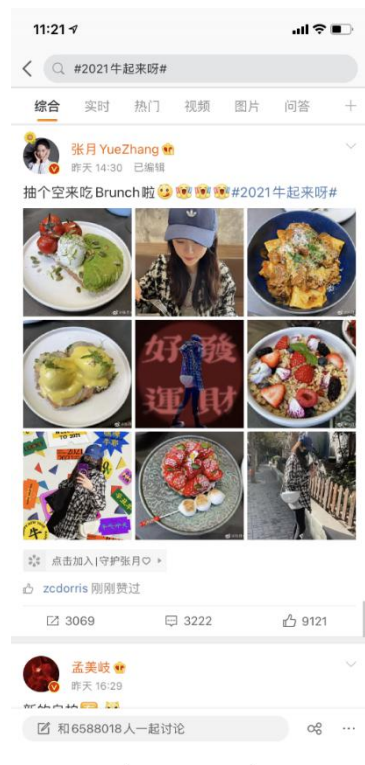
★ 微博登上热门榜单

Step2-群星运营

国民/大众类群星，分享牛年喜事，吸引泛娱乐人群关注

> 国民/大众偶像——牛年生活日常喜事

美食



读书



团聚



情感



日常



Step3-捆绑春晚

一个春节超级大 IP

搭载春晚氛围，持续将牛起来呀主题进行渗透
从春晚节目和春晚参与明星两个维度，持续扩散

节目内容
二次传播

春晚

明星采访
拉升热度

品牌主张建立强关联

Step3-捆绑春晚

粉丝对春晚节目关注度高，实时发布春晚内容，吸引粉丝围观热议

紧跟节目单
第一时间发布关晓彤比牛内容

春晚节目内容
实时发布，满足大家对节目的关注和讨论的需求，为话题持续注入新鲜流量



注：仅展示部分节目内容

Step3-捆绑春晚

春晚参与明星也是粉丝热议的点，第一时间发布明星采访内容，撬动粉圈热议

> 新浪娱乐官方账号+顶流明星采访

The screenshot displays a series of Weibo posts from accounts like '新浪综艺' and '新浪娱乐'. Each post includes a video thumbnail, a timestamp (e.g., 21:54, 21:55), and a text description of the interview. The videos show celebrities in a studio setting, often holding a mascot. The posts are arranged in a grid-like fashion, showing the flow of content during the event.

注：仅展示部分明星采访

Step4-资源运营

住在热搜上的起亚

聚合微博运营资源强势曝光
深度运营微博媒介资源 · #2021牛起来呀#花样霸屏春节档

大曝光资源

微博热搜 / 热点大视窗

微博大账号资源 30+

@微博明星
粉丝数 531万



@微博爱豆
粉丝数 656万



达人矩阵资源 8位

@苏苏妞儿
粉丝数 498万



@健身图解
粉丝数 1526万



@星闻揭秘
粉丝数 927万



Step4-资源运营

微博热搜曝光，四轮明星衍生话题热搜，一轮主话题词热搜

> 微博热搜

微博热搜第六位 1.29



安以轩吸引|国民粉

微博热搜第六位 2.19



郭采洁吸引|女生粉

微博热搜第六位 2.20



郭采洁吸引|娱乐粉

微博热搜第三位 2.21



郭采洁吸引|年轻粉

微博热搜第六位 2.22

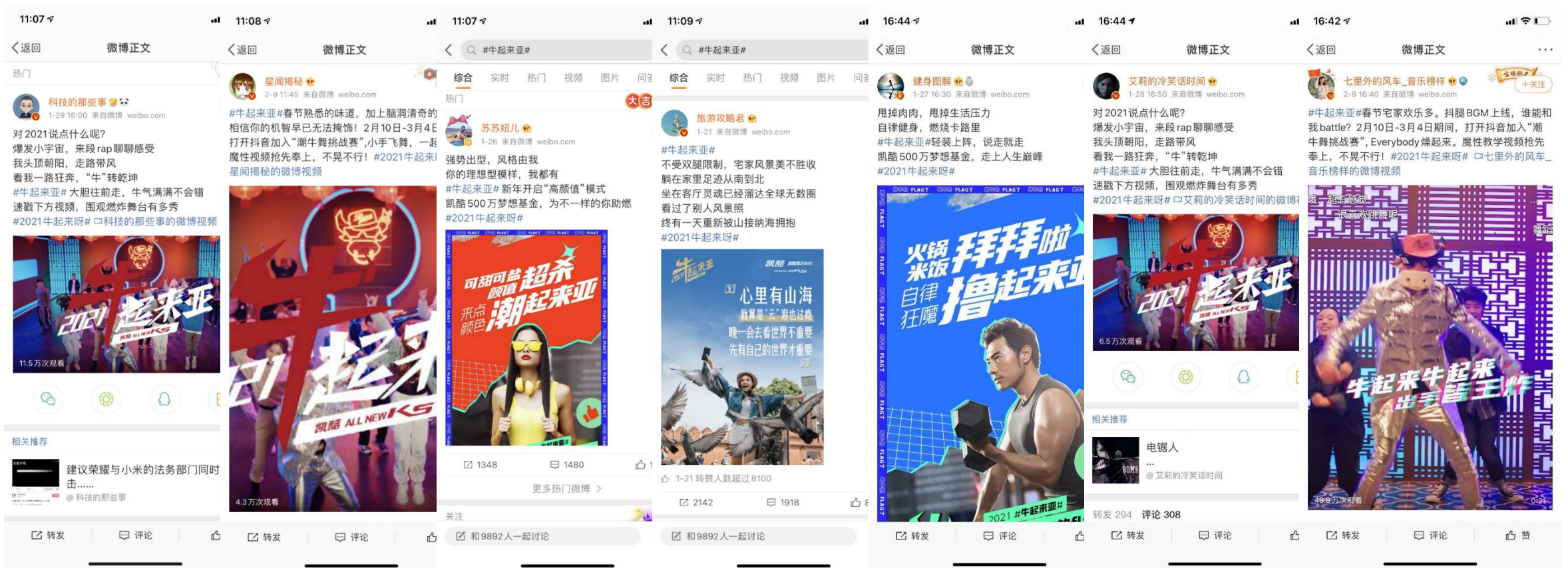


主话题热搜推广

Step4-资源运营

达人定制内容，从舞蹈/健身/旅行等多内容演绎，助推品牌视频播放到224万+

> 转发9641次、评论7338次，点赞36141次



注：仅展示部分达人

Step4-资源运营

@微博明星 围绕品牌传播主视觉，进行延展设计，联动明星形象持续炒热话题

品牌视觉+明星形象



+



强效占领用户眼球
建立第一视觉关联



项目数据总览

话题表现

#2021牛起来呀#

16 亿

话题阅读量

794.5万

话题讨论量

33.6万

发博人数

286.2万

发博量

2868.8万

互动量

明星数据

明星发博数
383条

明星参与数
243条

明星覆盖粉丝
2亿+

官微矩阵

账号发博数
139条

账号覆盖粉丝数
1亿+

运营资源

热搜次数
6次

大视窗
4次

信息流
3次

品牌数据

224万

品牌视频播放数

转发9641次
评论7338次
点赞36141次

达人微博传播效果

21917

品牌增粉表现

话题表现

话题阅读量16.7亿，讨论量797.1万



7,536,869 博文数/条	7,531,832 转发数/条	3,065,245 评论数/条	869,274,447,846 点赞数/个	42,384,549,505 曝光数/个
--------------------	--------------------	--------------------	--------------------------	-------------------------

> 话题互动情况

总发博人数 837615

总转发人数 836153

总评论人数 377396

> 话题传播走势

项目传播期间, 话题出现多段高峰



> 话题舆情分析

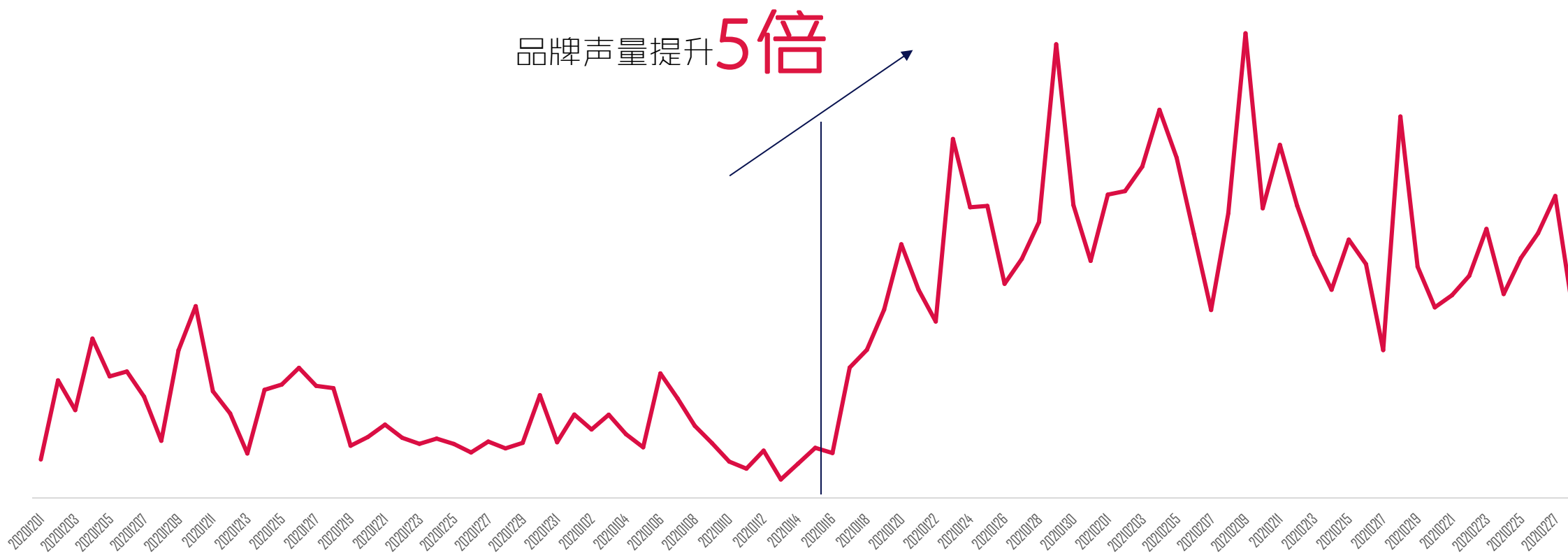
话题讨论围绕CNY及明星等



CNY氛围浓厚
话题讨论中祝福/拜年/春晚/期许/贴对联等词讨论较高, 品牌和CNY建立了强关联
明星热度较高
话题中关于明星的讨论较多, 明星在线营业, 引发热议

品牌表现

搭载群星及春晚IP，悦达起亚品牌声量持续走高且随着项目推进，出现多段高峰



品牌表现

品牌声量呈现多段高峰，和CNY场景建立关联

品牌声量出现多段高峰

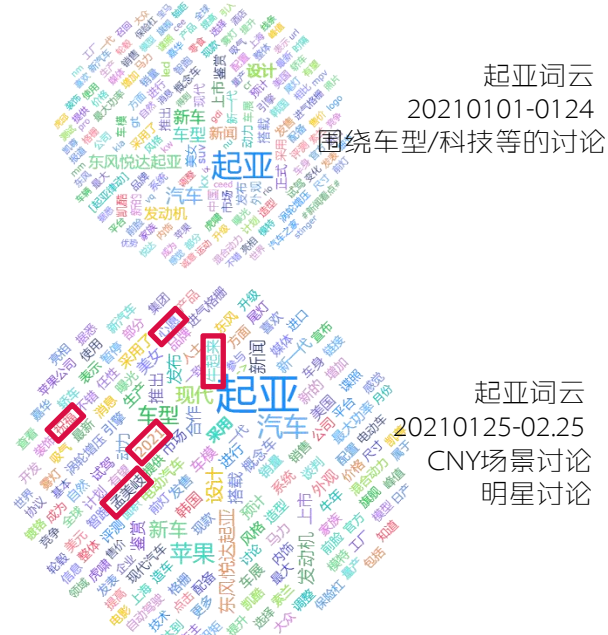
项目传播期间品牌微指数较高且随着项目推进，出现多段高峰



起亚微指数

品牌和春节场景建立强关联

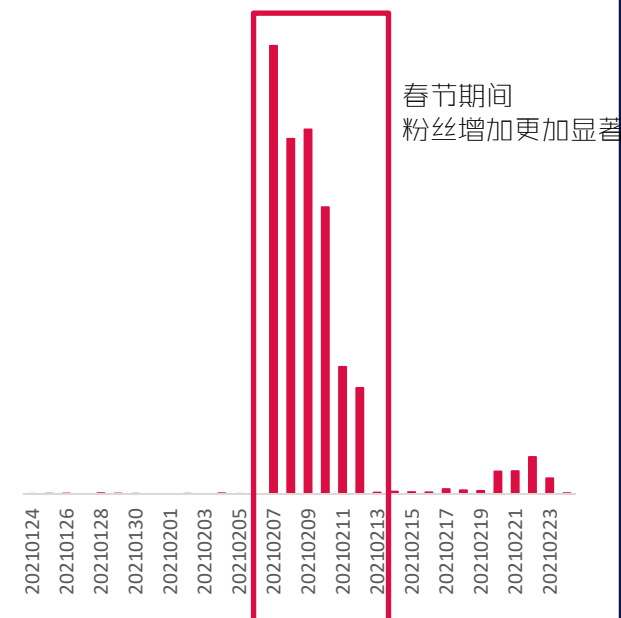
项目执行后起亚与牛起来/祝福/心愿等建立关联



品牌词云分析

项目为官微带来21917位粉丝

春晚氛围加持
粉丝在春节期间增加显著



官微新增粉丝