

长安福特集结蓝V，助力#2021向前#

- ◆ **品牌名称:** 长安福特
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2021.02.10-03.10
- ◆ **参选类别:** 汽车及交通运输类

长安福特集结蓝V



助力#2021向前# >>>

长安福特品牌声量下滑，希望通过微博，借势CNY场景，提升品牌声量，触达消费者
增加对车型的兴趣，提升购买意愿



提升品牌声量

希望借助春节场景营销
提升车型声量

话题阅读量**2**亿

声量

强化主题关联

提高品牌关注度
从而提升长安福特
和向前的关联

情感



以微博媒体频道项目#2021向前#为情绪切入口，联动品牌宣言视频演绎一路向前
媒体蓝V背书，品牌公信力向上，粉丝参与互动，社交裂变，打造微博现象级热点事件



创意执行：运营#2021向前#话题，集结人民日报、新华日报等50个蓝V媒体，营造向前氛围

@微博媒体 盘点2020的大事件 营造向前的氛围

集结@人民日报 @澎湃新闻 @新华网 @财经网 @新华日报 等头部蓝V媒体，从榜样人物、春节暖事、家乡味道、读书文化、旅游打卡、交通运输、等多维内容发酵，持续营造向前氛围。



人民日报



新华网



光明日报



新华日报



新周刊



南方都市报

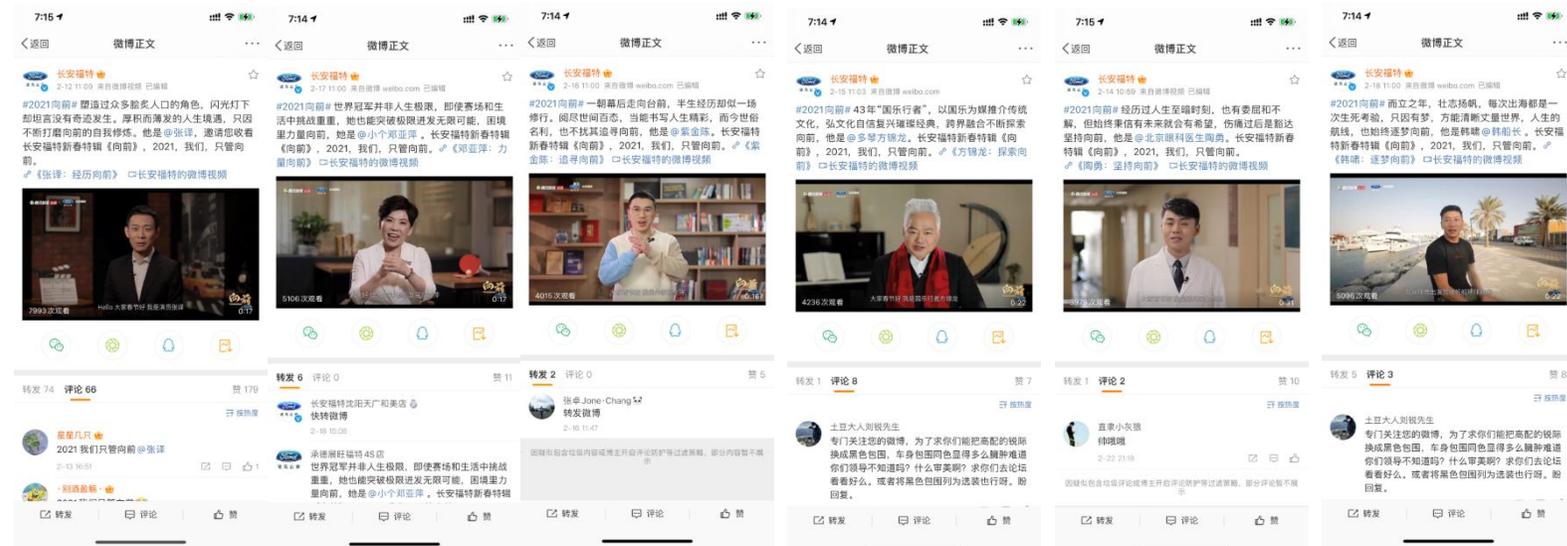


财经网

创意执行：品牌向前视频上线，并联合邓亚萍、张译等六位大咖打造衍生栏目《向前》持续发酵向前氛围

长安福特品牌视频上线，话题内置顶进行强曝光，搭载微博精准类产品超级粉丝通，精准沟通目标人群，诠释品牌向前的主张。

定制新春特辑《向前》，邀请@张译 @大连小伙蒋文强 @北京眼科医生陶勇 @多琴方锦龙 @紫金陈 @小个邓亚萍 @韩船长 七位来自各领域的大咖组成长安福特向前官，结合自身人物故事，传递向前心声，榜样人物持续为长安福特赋能，深度演绎向前的品牌主张。



张译

邓亚萍

紫金陈

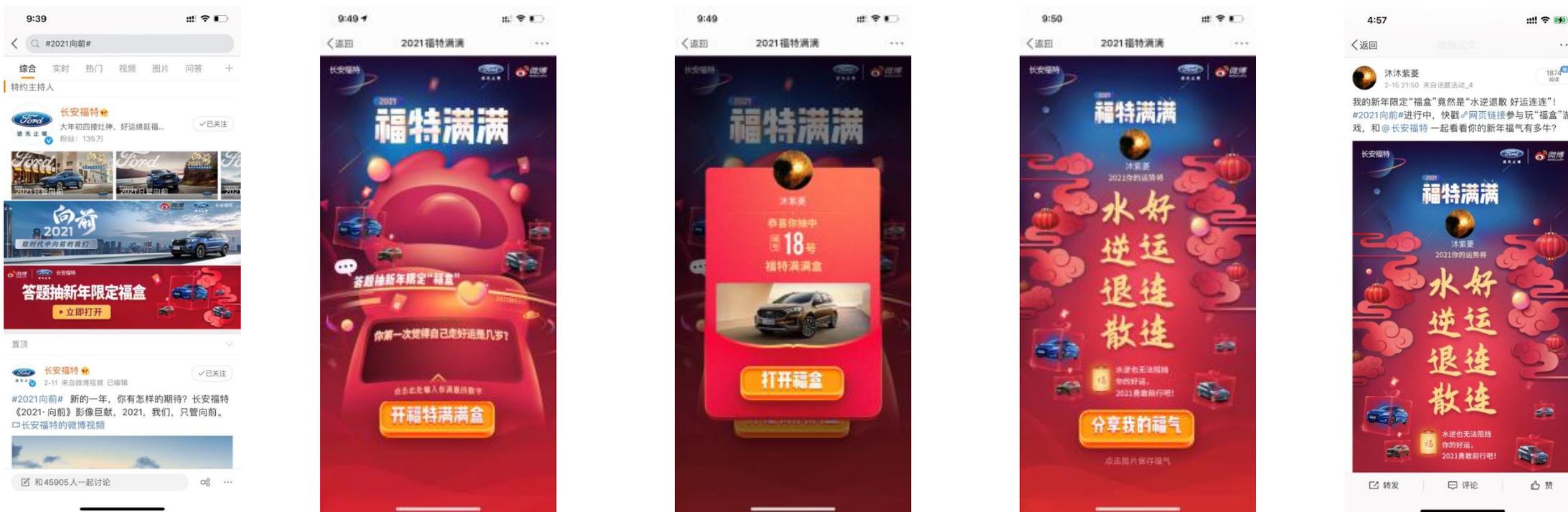
方锦龙

陶勇

韩啸

定制互动福盒,植入品牌及车型卖点,引导粉丝参与,全民花样向前

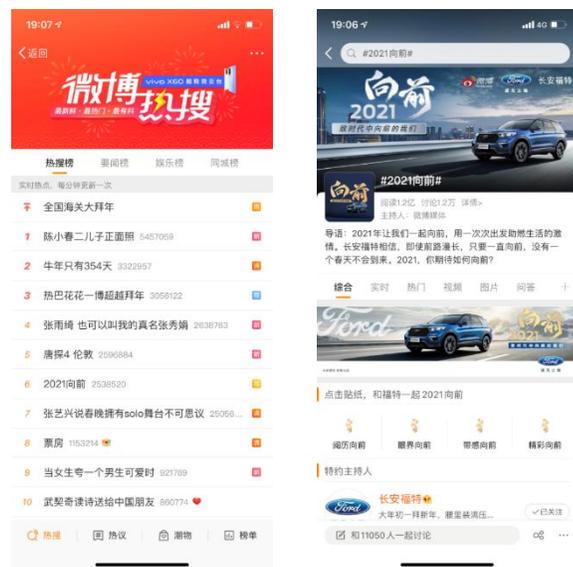
定制新年限定福盒,粉丝答题即可抽取专属于自己的“福盒”,轻互动形式和趣味内容,充分满足粉丝好奇心和新年许心愿的诉求。



“福”盒互动H5 全方位体现长安福特 品牌权益 <https://client.sina.com.cn/202102ford/index.php>

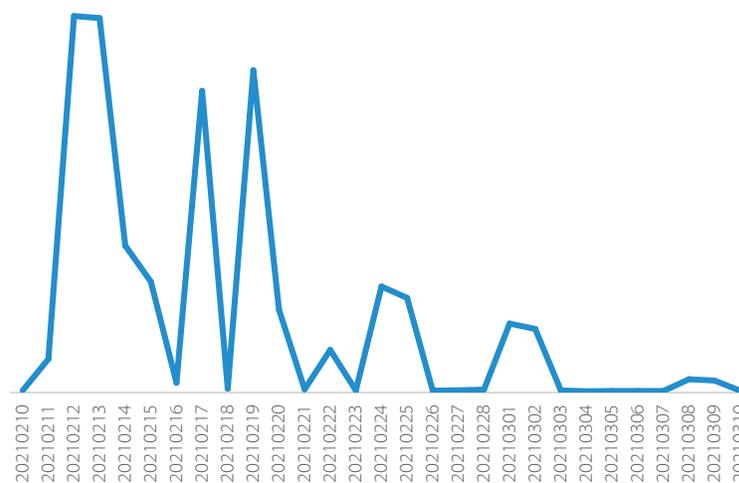
项目结果：项目上线之后引发广泛热议，长安福特品牌声量走高，建立与新年场景的关联

#2021向前#话题表现
话题阅读量3.7亿
讨论量6.7万

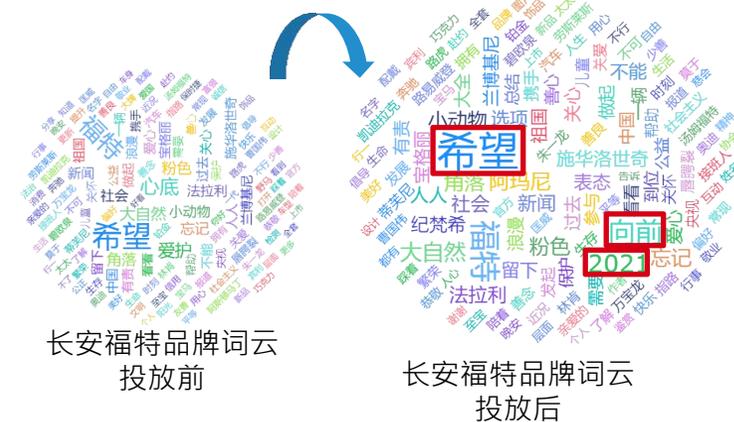


项目期间长福声量走高
微指数走势出现多波高峰

长安福特微指数



长安福特和“向前”的强绑定



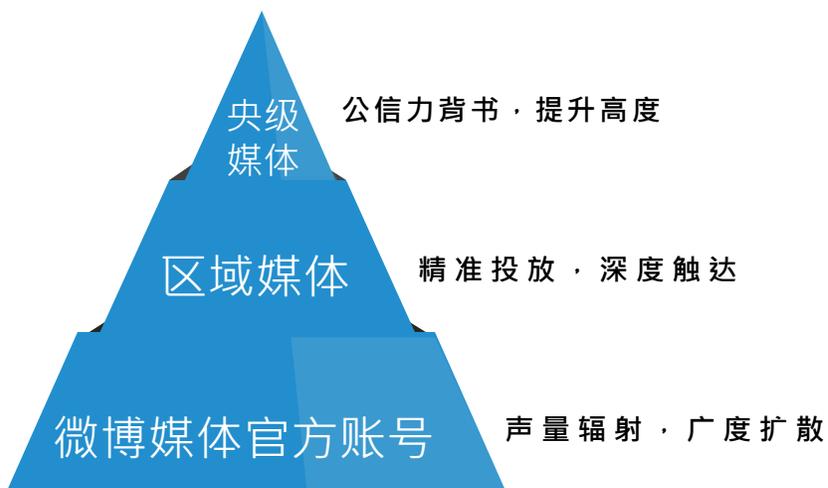
长安福特品牌词云
投放前

长安福特品牌词云
投放后

- 长安福特品牌词云新增“希望”、“2021”、“向前”
- 传播主题“向前”成为关注点

项目结果：蓝V媒体热点造势+品牌内容原生入场+全民扩散的品牌全链路传播模式

媒体造势



结合品牌主张，联动微博蓝V媒体共创内容，充分发挥蓝V媒体公信力和影响力，贴合社会热点和网民情绪，输出多维内容，营造沟通氛围。

品牌入场



品牌进场，进一步诠释传播主题，定制系列内容，持续沟通粉丝，搭载微博高曝光&精准类媒介产品，持续沟通，沉淀品牌资产。

全民裂变



发挥微博平台优势，通过互动类玩法机制，吸引粉丝参与并扩散，持续裂变，进一步释放项目影响力。