

长安汽车一日店长活动

- ◆ **品牌名称:** 长安汽车
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2021.08.17-08.25
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-商业短片

目标:

- 1、以用户为核心，打造粉丝特权，利用明星效应，从线上到线下进行一系列营销推广活动，与核心用户一起围绕主题开展活动，形成裂变效应，将UNI“一日店长”和“新款UNI-T上市”打造成汽车圈营销大事件。
- 2、项目包含不限于明星充当店长、用户参与互动、新款UNI-T上市等环节，利用微综艺、明星店长人设、第一视角等方式，进行策划。形式创新，公域反哺私域，流量引导，丰富引力APP的活动形式和内容产出，并形成工作手册指导区域活动。



挑战:

- 1、明星以店长身份开展当日活动，展现创新形式的明星全程参与感；
- 2、创意主线以未来科幻解密剧本为主，明星店长与到场用户开展解密类的互动，剧本需包含产品信息、车型上市信息；
- 3、环节中需展示新款UNI-T，并官宣上市；
- 4、后期综艺化包装剪辑。



洞察力:

通过事件策划，以独特、专属的形式，强化UNI专属的“一日店长”IP，利用明星效应、粉丝福利特权等噱头撬动用户参与，为用户打造专属体验感，联动引力APP，辐射全国，形成行业内明星借势营销的标杆事件



创意表现:

创新营销模式明星效应，拉通用户新体验，夯实“让用户触动用户”营销心法。一切缘起于“未来时空的UNI店长”，抵达UNI星球的地球空间站（4S店），探寻UNI内核力量，带来未来车型新款UNI-T，与U星人共同解锁四大引力因子，助力未来。四大维度多元发力，成功收割营销红利（1.重磅明星加持；2.卫视级跨屏输出；3.密室逃脱创新模式；4.活用品牌活动资产）

视频连接: https://v.youku.com/v_show/id_XNTg5NzgZNDY5Ng==.html



执行效果:

这是一次形式上的创新!

巧妙的将密室逃脱真人秀与新车亮相、价格发布结合在一起, 在业内尚属首次。同时利用明星真人秀热点, 利用明星知名度与曝光量, 借助全网平台, 有效聚合明星粉丝、车主、网民的目标人群, 在网络上引起广泛关注。

这是一次双赢的合作!

本次活动得到战区和终端4S店大力配合, 通过双方的协作确保拍摄的顺利进行。同时店头在视频中的露出, 拍摄物料留在店内重复使用, 为店头起到了良好的推广作用!

这是一次内容的多样性输出!

通过一次穿越剧情的演绎, 从车型的卖点、价格, 以及人群的特征进行了全面的呈现。从路跑到闯关, 将动力、外观、科技、配置等全方位的展现。真人秀更是符合当下年轻人的品味, 与潜在客户产生强烈共鸣!

传播量**3500**万, 官方APP下载量**52181**次。

