

坦克×阿拉善英雄会私域营销案例

- ◆ **品牌名称**：坦克
- ◆ **所属行业**：汽车行业
- ◆ **执行时间**：2021.09.18-10.03
- ◆ **参选类别**：私域营销类

目的

- ◆ 为**缓解**待提车用户的**焦虑**，推进保客维系工作
- ◆ 增强坦克团体的**凝聚力**，发挥坦克团长的**核心领导**作用
- ◆ 通过**以团长为中心**的运营机制，推动用户**自运营**
- ◆ 在活动中，增强坦克品牌的曝光度和口碑影响力



策略

- ◆ 以线下**稀缺性、具有挑战性**的活动邀约，增加用户作为坦克车主的价值，增加用户忠诚度
- ◆ 赋能团长，在官方指导下，团队**自创路线，自发直播**，产生**优质UGC**，保障品牌曝光度和口碑





#潮玩沙漠·生而无畏#

坦克x阿拉善英雄会私域营销案例

坦克x阿拉善英雄会

坦克与越野爱好者盛会的梦幻联动

#坦行沙漠·生而无畏#

借阿拉善英雄会契机，坦克于内蒙进行第一次线下大集合，**穿越西北大漠**。在参与英雄会活动的同时，加入**野奢露营、趣味竞技**等形式整体延续品牌让本次活动成为**坦克的线下标杆活动**

核心支撑

热情无畏

发挥用户力量进行活动组织和传播

- 以团长为组织中心，推动用户自运营
- 多元的传播激励机制，推动用户自传播

梦想无畏

因为同一梦想，从五湖四海穿越至阿拉善

- 五大区域自驾穿越阿拉善，摄影共创PK

玩心无畏

热情的沙漠，一起玩车去唤醒躁动的心

- “坦克手梦想之夜”
- “坦行沙漠”趣味赛
- “坦克学院”沙漠教学

在热情似火的阿拉善，充分发挥坦克潮玩属性和展会优势资源，以三大系列活动全方位调动用户参与热情，打造

潮玩沙漠·坦克嘉年华

让坦克营区，成为每一位用户和越野爱好者流连忘返的网红游玩地

1.



坦克手梦想之夜

文娱盛宴，3夜连嗨

2.



潮玩沙漠PK赛

趣味竞技，瓜分大奖

3.



坦克学院·沙漠教学

硬核体验，坦行大漠

10.1

10.2

10.3

活动周期

活动主题

潮玩沙漠·坦克嘉年华

活动策略

三大系列活动层层递进，全面提升

阶段主题

团队**关系破冰**

团队**凝聚力提升**

团队**荣誉感激发**

坦克手
梦想之夜

- 坦克营地用户照片墙共创
易参与的共创活动直击用户感性认知

- 核心用户欢迎晚宴
小而精的特色欢迎晚宴，高质量维护团长等核心用户

- 沙漠明星演唱会
集体享受视听盛宴的同时，同时包装坦克典型用户登台亮相

- 长城车友晚会
坦克手共创表演+公益集体表彰等环节引爆坦克用户自豪感

潮玩沙漠
PK赛

- 坦克营地搭建PK赛
生活娱乐性强的刚需项目，让用户在互动中增进关系

- “沙漠淘水”挑战赛
组队协作在沙漠中运送水源，在欢呼中燃起团队之魂

- 坦克沙漠接力赛
挑战沙漠地形与能力极限，赢得团队荣耀

- PK赛收官颁奖礼
以惊喜大奖表彰优秀团体及个人，激发自豪

用户以区域为单位，自由组队参与每日PK赛活动为团队赢取积分和奖品，最终收官日根据积分排名瓜分活动奖池

坦克学院

- 队伍集结，并分队进行入沙培训

- “老带新”沙漠驾驶体验
红人车主共创体验课，增强新手的团队认同感

- 轻度穿越沙漠，体验漠北特色

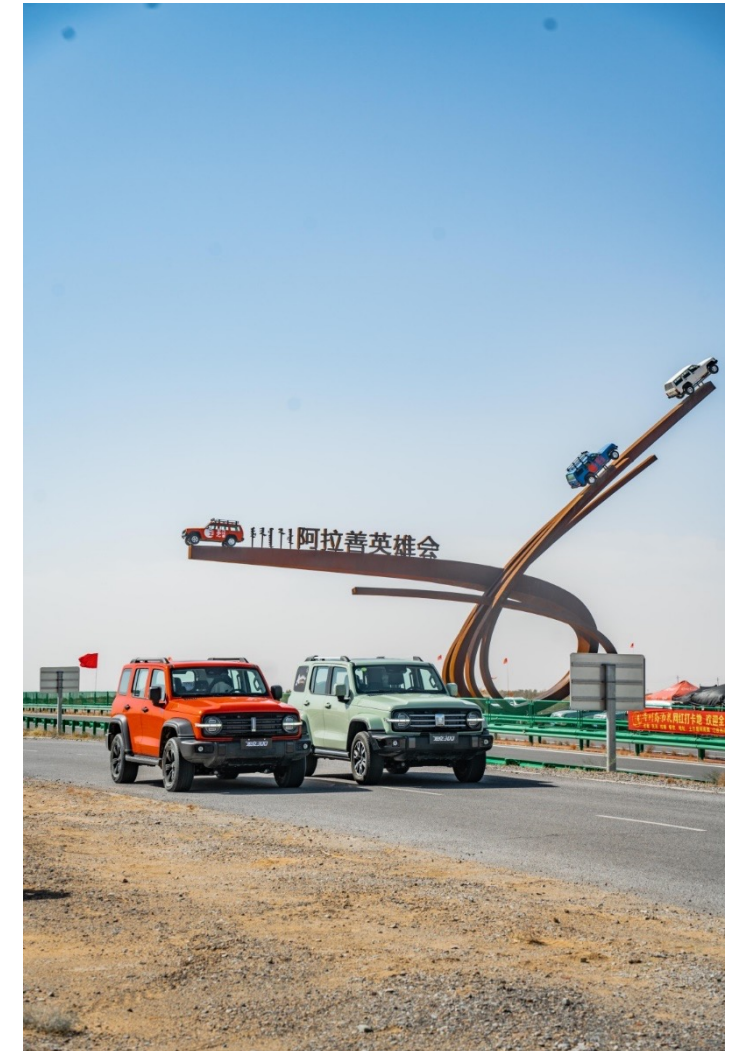
- 集合返回

活动整体规划

活动规划

三 活动执行节奏

日期	活动时间	活动时长	事项	地址
10月1日	9:30-13:00	半天	签到, 车队抵达阿拉善左旗巴彦浩特镇, 官方接待车队	长城汽车(宁北阿盟专营店阿拉善左旗分公司)
	13:00-14:00	60'	途中	阿拉善左旗巴彦浩特镇-梦想公园
	14:00-15:00	60'	共创仪式, 营地贴照片墙	梦想公园长城汽车营地
	15:00-18:00	180'	"潮玩沙漠"趣味赛 "坦克营搭建赛"	
	18:00-18:10	10'	团长集合	
	18:10-18:50	20'	途中	梦想公园长城汽车营地-阿拉善大酒店
	18:50-21:00	150'	团长晚宴	阿拉善大酒店
10月2日	8:30-21:50	全天	坦克学院(九湖源沙漠)50辆车	九湖源沙漠训练基地
	9:30-12:00	150'	"潮玩沙漠"趣味赛 "沙漠淘水"挑战赛	梦想公园长城汽车营地
	12:00-18:00	半天	自由活动	梦想公园
	16:00-18:30	150'	长城汽车赛道悦沙体验行(30辆)	梦想公园赛车场
	18:00-20:00	120'	坦克手梦想之夜	梦想公园主会场
10月3日	8:00-12:00	半天	长城汽车赛道悦沙体验行(30辆)	梦想公园赛车场
	8:30-10:30	120'	坦克学院返程途中	九湖源沙漠训练基地-梦想公园【坦克学院(九湖源沙漠)学员返回】
	10:30-12:30	120'	"潮玩沙漠"趣味赛 坦克沙漠接力赛	梦想公园长城汽车营地
	13:30-14:30	60'	收官颁奖	梦想公园长城汽车营地
	14:30-18:00	210'	自由活动	梦想公园
	18:00-20:00	120'	坦克手梦想之夜	梦想公园主会场
10月4日	9:00——	全天	返程	





三 实施策略-预热期

活动预热期，官方发布图文总计4篇，总浏览量8W+；点赞数2000+；评论数500+



用户预热海报：坦克手阿拉善集结坦克大营，带领各路坦克手抵达阿拉善，体验公益、潮流、文化三大主题任务点，完成未知的越野之路。



心向潮玩 坦克路书等你来续写



坦小姐 官方

关注

闯最野的路、去最远的山海
把无趣的日子活成不一样的生活
用车轮发现世界的美好
在此我们召集更多热爱猎奇与冒险的坦克手们
共同续写坦克路书新篇章

官方路书招募公告：在APP发起越野路书招募，邀请参与阿拉善穿越及其他具备优质越野路线体验经历的用户分享越野路书。



公布五大城市线路，召集车友组队策划：公布5个城市的穿越主题，由各地车友组件越野战队，设定全程越野穿越计划。



坦克旅拍视频大赛——用镜头，定格潮玩视界



坦小姐 官方

关注

在丛林驰骋，在山河穿行
无畏穿越，一往无前

APP话题搭建：带话题#坦克手在阿拉善英雄会#在APP发布旅拍视频，激励团队以及个人积极创作，发布优质UGC。

三 实施策略-穿越期

官方发布视频总计7篇，总浏览量15W+；点赞数1.2W+；评论数500+

5大区域集结视频



坦克团从五大线路出发地前往阿拉善为话题，分别打造不同主题线路，共计产出

- 官方视频5篇，
- 总计浏览量80000+；
- 点赞数7905+；
- 评论数173+

5大区域混剪视频



- 浏览量6000+
- 点赞数530；
- 评论数88.

坦克手祝福视频



- 浏览量30000+；
- 点赞数2626；
- 评论数240

三 实施策略-穿越期

三大创新价值，助力阿拉善穿越活动形成“**标杆效应**”

1 全国坦克手穿越：**意义非凡**



发挥坦克品牌共创精神，**以团长为本次活动第一责任人，城市坦克团为活动的参与主体**。全体用户发挥所长为活动的各环节助力，品牌起辅助作用，共同将活动效果拉满，引爆用户共创共荣自豪感

2 俱乐部共创机制：**组织升级**



基于俱乐部有成熟的运营体系，进行活动招募，实现组织升级：

- ①**提升活动的组织便利性**，借助俱乐部的大区优势，以城市坦克团汇聚成大区团，使活动更好组织，更安全，更易协调。
- ②**加速组织融合**，以城市团为单位参与活动大家融合更快，更有熟悉感。

3 招募体量庞大：**影响空前**



总共招募**200台车 400人**，分5大区域车队，历时五天 穿越**48个城市共行驶2万公里**。开辟和分享了五大风情各异的绝美路线，跨千里神州，引全网关注。

三 实施策略-活动期

以丰富的活动+向往感的潮玩生活进行营地打造
吸引大量非邀名单用户参与其中

潮玩营地共创



仪式感签到照片墙：为每400位坦克手打印专属肖像照，并将照片贴入露营地门口的照片墙。汇聚成了一个坦克LOGO和营地标语。

沙漠露营体验：与用户共同搭建主题露营区，并提供支火野炊、沙漠k歌等条件，让用户充分享受潮玩露营生活

坦克手梦想之夜



结合用户兴趣打造**核心用户欢迎晚宴、沙漠明星演唱会、长城车友晚会**等不同主题的文娱盛宴，三夜连嗨，引爆用户参与热情。

潮玩沙漠趣味赛



3天打造“**沙漠营地赛、沙漠淘水赛、沙漠接力赛**”等3场趣味比赛，用户以大区为大卫自由参赛累积战队积分，瓜分活动大奖，引吸引众多用户体验参与，另类实证产品力。

坦克学院



以沙漠驾驶为噱头吸引，邀请红人团长为教官、活跃用户为学员打造专题坦克学院，**进行沙漠驾驶教学活动，输出硬核内容，共创坦克学院IP**

以共创为核心，PGC+UGC双向发力 全网累计产出近2000作品，收获近700万浏览量

PGC：全面、及时、优质

于APP第一时间累计输出63篇官方传播内容，包括视频、互动话题、图文等多种形式，内容涵盖流程瞬间记录、活动预告及分享、精彩直播等多元方向，**浏览数77752、点赞数105958、评论数2144**



UGC：以共创调动用户自传播，形成流量矩阵

通过活动环节吸引用户产生自传播，在活动期间以#坦克手在阿拉善英雄会#为话题的抖音标签。内容涵盖：视频种类涉及美食分享、景点打卡、现场记录等



#坦克手在阿拉善英雄会
694.8w次播放



10月1-3日
抖音#坦克手在阿拉善英雄会#话题下
产出用户视频1380个
总播放量694.8万次

现场活动激发用户自传播欲

↓

用户丰富的自传播视频扩散影响力

↓

形成活动流量矩阵

阿拉善英雄会
坦克 TANK 铁汉柔情

坦克手乘沙飒爽越野狂欢
以澎湃之姿演绎挥洒人生

#硬核改装 百变型格
最硬核的花式改装
改装厂牌主理人携坦克300而来
百变改装，百变型格

#越野老炮 独家培训
越野姚卫强、冠军车手鹿丙龙，**独家培训**
专业与权威，并肩作战
讲练结合，跨级进阶

坦克学院 第一期
姚卫强 坦克

#坦克手精神 价值升华
天南海北皆兄弟，坦克团长共心声
最有潮玩精神的车主用户，齐聚阿拉善
述说坦克手们的不同故事

坦克品牌，精准用户野奢体验
打造坦克专属越野狂欢盛宴
以全面预热、跨圈输出、深度体验为脉络
贯穿整个用户战略传播主线
实现品牌话题、热度、形象的全面提升
坦克品牌，一往无前；携手用户，共闯征途

活动亮点

活动在产品、用户及品牌等多维度价值凸显
在用户的大量主动传播下活动曝光量近**700万次**

1 产品：实力鉴证

- 产品力在这一次活动中得到了更大的体现。无论是五大区穿越的跋山涉水，不同路段；还是阿拉善穿沙，沙漠越野，都让用户在实际体验中，输出对产品力强力鉴证。

2 用户：关系促进

- 俱乐部的建设更进一步，各大区各城市坦克团更加融合，与品牌联系更为紧密。
- 同时跨俱乐部的活动共创机制，也为后续运营工作打下了良好范本

3 品牌：IP建立

- 一场由品牌，用户共创的用户为主体的IP事件初步成型，后续可以持续形成固定的文化IP事件，定期举办，吸引潜在客户明白购买坦克是加入了一个潮玩生态圈。

4 传播：用户热情高涨

- 设置多样性线上话题互动，确保用户参与线上互动时有足够多的素材支撑，同时设置有吸引力的奖励机制，多方引导用户内容自主产出。UGC内容热度居高不下累计播放量近**700w**。