

#ExploreWithDARGO哈弗大狗沙特穿越之旅

- ◆ **品牌名称:** 哈弗
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2021.12.05-2022.03.10
- ◆ **参选类别:** 汽车及交通运输类

案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwNTQ5ODQxNg==.html

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwMzk3NDQ1Ng==.html

背景及目标

2022年1月，哈弗大狗以“DARGO”为名在海外上市，亟需通过系列 campaign 在全球与区域齐鸣发声，全面覆盖海外社媒视野，打造新车声量高潮。

挑战及洞察

新品进入海外市场面临媒介环境复杂多样、地域文化差异性大、用户难以精准定位等问题。调查发现，DARGO“¾刻度座驾”的独特定位，即“比城市SUV多一刻度乐趣，比硬派越野少一刻度粗暴”，恰是全球20-35岁旅行/户外/先锋潮玩艺术爱好者的共同特征，他们既热爱都市的时尚个性也向往户外自驾的快意洒脱，个性独立、爱好多元、敢想敢为、乐于分享。

EXPLORE WITH DARGO

哈弗大狗 沙特穿越之旅



策略及创意

以DARGO“潮玩新旅伴”的伙伴型格为线索，结合沙特城市、海岸、沙漠的典型复合地形，创意打造“沙特穿越之旅”，以“全场景驾趣”综合展现沙特的多元之美和DARGO¾刻度座驾的多面魅力，在主流社媒平台全面铺开声量，建立用户好感，实力圈粉海外。

效果

哈弗大狗沙特之旅完美收官

实现海外社媒 GWM 和 HAVEL 双账号粉丝增长达成

213%

传播曝光量 KPI 达成率

超过 200%

为后续在中东其他地区、南美、远东等地上市打下良好基础。



项目背景

- 哈弗大狗在国内推出后，其独特的设计风格和倡导的生活理念受到用户广泛关注。
- 2022年1月，哈弗大狗以“DARGO”为名在海外上市，亟需通过系列campaign在全球与区域齐鸣发声，全面覆盖海外社媒视野，打造新车声量高潮。

项目目标

- ① 精准传递哈弗大狗「¾刻度座驾城市越野SUV」的产品定位，以及潮玩新旅伴的车型人格。
- ② 展现多元驾乘场景，打造人人向往的哈弗大狗全场景生活范式，塑造产品在用户心智中的全面认知。
- ③ 开展圈层跨界合作，诠释探索生活边界 #DareToGo的产品主张，高效触达并链接海外目标市场的目标车主人群，打造用户共鸣，持续拉升新车海外声量与口碑。

哈弗大狗



¾刻度座驾

洞察

新品进入海外市场面临媒介环境复杂多样、地域文化差异性大、用户难以精准定位等问题。

调查发现，DARGO “¾刻度座驾” 的独特定位，即“比城市SUV多一刻度乐趣，比硬派越野少一刻度粗暴”，恰是全球20-35岁旅行/户外/先锋潮玩艺术爱好者的共同特征，他们既热爱都市的时尚个性也向往户外自驾的快意洒脱，个性独立、爱好多元、敢想敢为、乐于分享。



核心策略

以DARGO“潮玩新旅伴”的伙伴型格为线索，结合沙特城市、海岸、沙漠的典型复合地形，创意打造“沙特穿越之旅”，以“全场景驾趣”综合展现沙特的多元之美和DARGO ¾刻度座驾的多面魅力，在主流社媒平台全面铺开声量，建立用户好感，实力圈粉海外。

品牌传播策略

- 以 Dargo 为核心，培养用户心智，占据品类头部。
- 洞察圈层用户兴趣，将产品品牌向用户品牌、粉丝品牌进化，推升品牌势能，彰显品牌价值，树立品牌调性，建立品牌信任。

产品传播策略

- 以大狗的越野外观，科技配置为基点，诠释哈弗大狗的产品型格-勇猛、聪明、威风、体贴。敢拼敢闯，凸显产品价值，提升用户利益。

市场传播策略

- 全球联动+市场区域串联。在中东、南美重点市场相继打造品牌新车热点事件。

用户传播策略

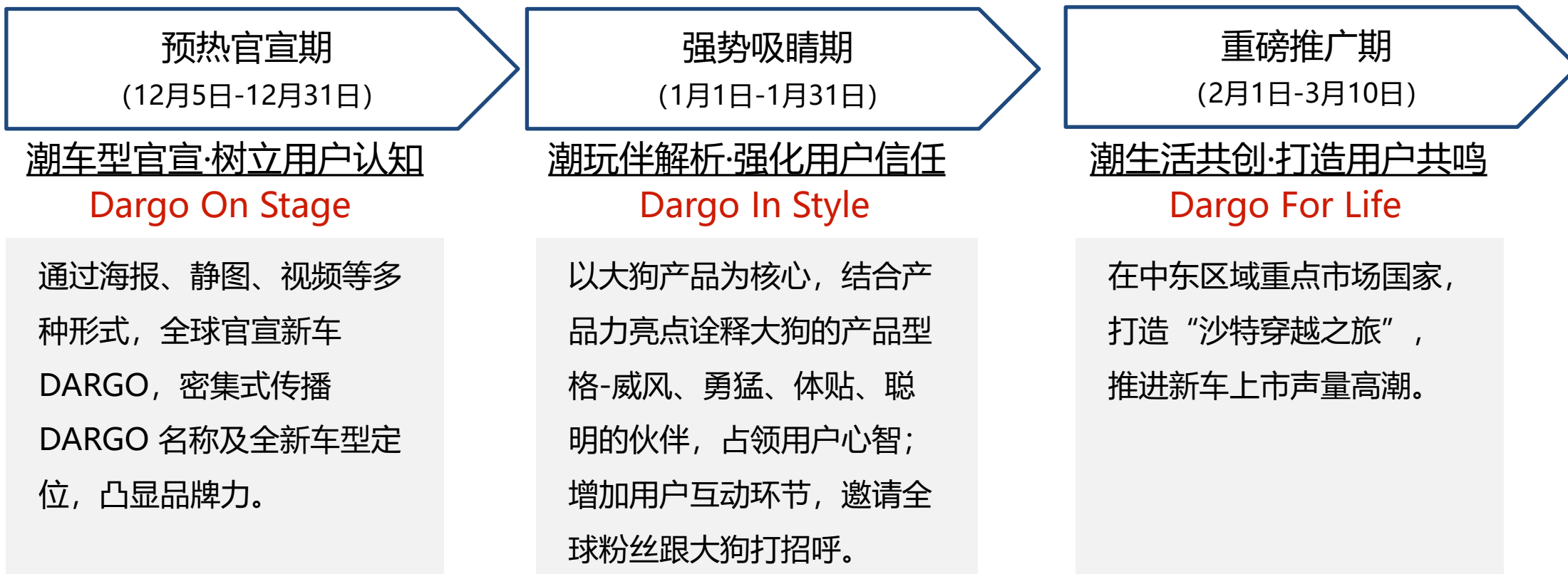
- 以用户利益点为支点去打造用户的信赖，成为用户信赖的伙伴，打造人人向往的哈弗大狗生活，高亮哈弗大狗敢闯敢拼的情怀，提升忠诚与陪伴的情感。

推广策略

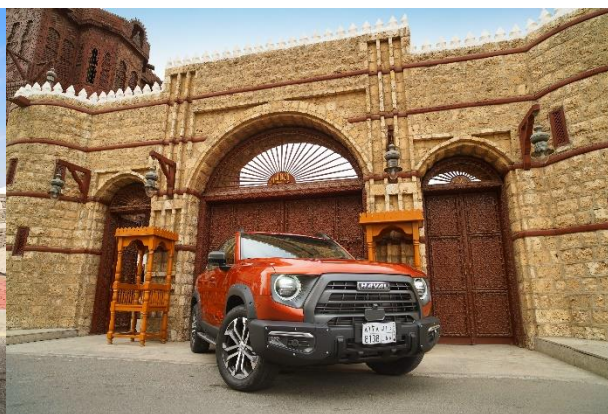
- 渠道上，联动全球大狗上市市场，实现海外社媒端多渠道推广；快速打通原有各通路，实现全球用户深度链接，跨界打通用户圈层。

传播节奏

结合哈弗大狗海外上市周期，实现「预热期」「强势吸睛期」「重磅推广期」3个阶段进行



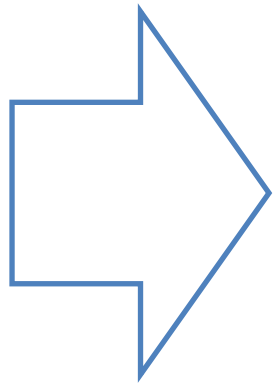
哈弗大狗新车上市沙特穿越之旅





■ KPI 目标:

- 总曝光量 1,179万+
- 总互动量 123万+
- 总播放量 50万+
- 海外社媒 GWM 和 HAVEL 双账号粉丝增长
 - Facebook +5,000
 - Twitter +750
 - Instagram +500



■ 实际传播效果:

- 总曝光量 23,725,825, KPI 达成 200%
- 总互动量 1,399,725, KPI 达成 113%
- 总播放量 575,507, KPI 达成 115%
- 各平台粉丝增量:
 - Facebook +10,521
 - Twitter +1,490
 - Instagram +1,310
 - KPI 达成 213%

长线聚焦 精准营销

历时4个月，大维度全方位，持续全面宣传推广；
精准主打市场，覆盖全球重点地区，将大狗上市浪潮传播全球化、区域化。

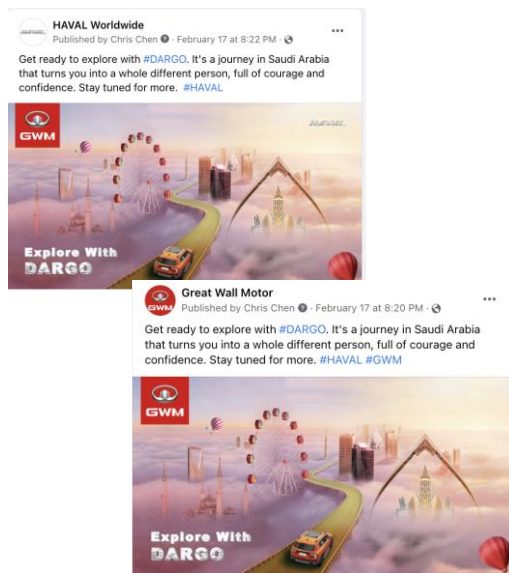
多主题策划 互动亮点多

上市前预留悬念，步步揭秘，伴随大狗车在各市场陆续上市后，开始全面介绍大狗车及其性能优势；
高频次曝光车型，结合图片视频等形式，增添生动性观赏性，给用户最直观的体验；
特别设置用户互动环节，调动粉丝积极性，配合同步宣传大狗新车，趣味性互动性提高；
收官沙特之旅，集中火力强势推广，主题梦幻吸引，主线清晰流畅，内容更丰富多元，为用户留下美好回忆。

超高曝光 互动量飙升

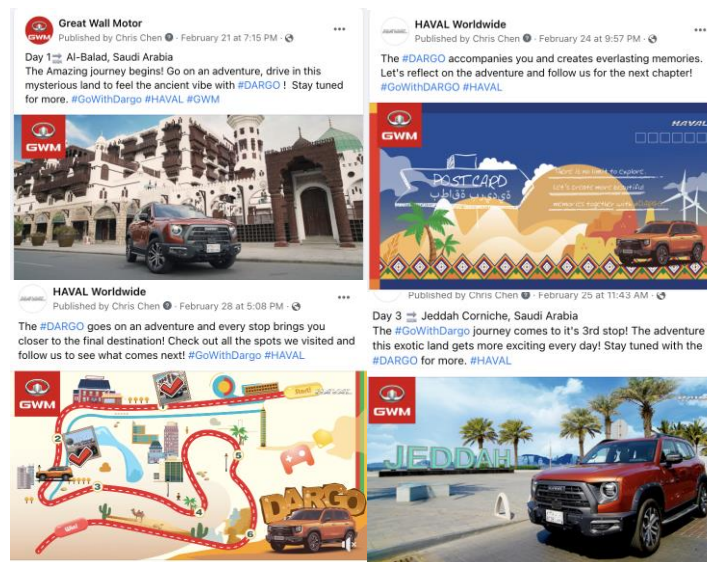
本次哈弗大狗新车上市沙特之旅完美收官，共计 2 个账号 4 个平台发出 44 个贴文，共获得 2,372 万曝光，139 万曝光；
整个新车上市宣传期共发贴文 92 条，获得总曝光 2,714 万，总互动 210 万。

行程开启篇 2.17



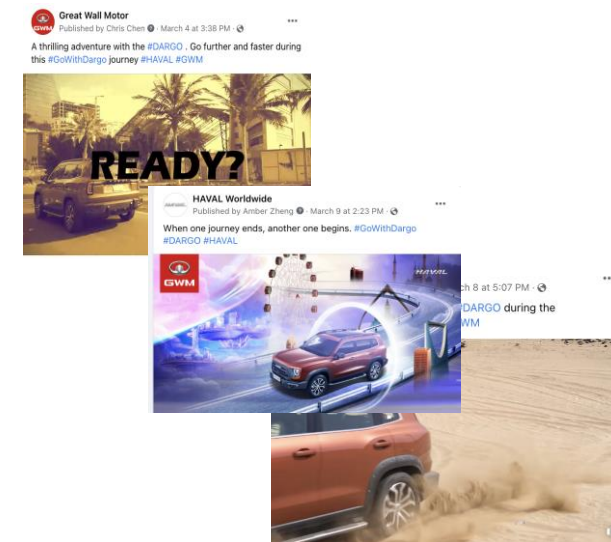
曝光量: 287,411
互动量: 1,655

行程进行篇 2.21-2.28



曝光量: 12,320,763
互动量: 522,317

行程尾声篇 3.4-3.9



曝光量: 9,567,557
互动量: 399,656

1. 配合哈弗大狗全球上市，设置策划了前期预热、强势吸金以及推广高潮等环节，层层挂扣，持续推进，将哈弗大狗声浪进一步推高。
2. 以沙特为站点，开启 DARGO 全球之旅的系列市场联动事件，全球与区域齐鸣发声，全面覆盖海外社媒视野，获得目标人群关注。
3. 结合沙特城市、海岸、沙漠的典型复合地形，以全场景驾趣全面展现 DARGO 「¾刻度座驾」的亮点优势，强化了全球市场以及沙特市场潜在客群对新车的精准认知。
4. 围绕沙特区域人文，以旅拍的策划和传播，同步产出实车素材和专题传播内容，以软性情境塑造新车DARGO的伙伴型格，建立了用户好感，实力圈粉海外。