**凯迪拉克×原神：解锁跨界联名营销的特别之旅**

**广 告 主**：凯迪拉克

**所属行业**：汽车

**执行时间**：2022. 09.16-10.31

**参选类别：**跨界联合营销类

**营销背景**

1.原神3.0**版本更新**，凯迪拉克9月与原神联名携手打造CT4和XT4限量版，推出2款**跨界联名新车**，献礼凯迪拉克120周年庆。

2.凯迪拉克从以往与二次元毫不相干的形象，转变至愿意了解并深度融合痛车文化，为原神粉丝量身打造限量款车辆等一系列与原神的**深度联动**，是凯迪拉克向年轻化市场迈出的重要一步，也展现出了**品牌拥抱年轻群体**文化的决心。



**营销目标**

1.搭载原神3.0版本激励活动热点，炒作凯迪拉克×原神跨界联动话题，**引爆社交热议。**

2.借助原神超话及原神主话题阵地，调动原神游戏兴趣人群参与**品牌互动**，实现凯迪拉克**品牌人群年轻化**。**策略与创意**

**案例视频：**<https://www.bilibili.com/video/BV1d8411M749/?vd_source=3a0e412b6307e0c55fabf40eb6967aac>

借势微博平台的游戏运营生态，打造品牌社交热点，实现此次**跨界联名**的**声量引爆与人群流转**。

**1.跨界自然热点炒作**：搭载原神3.0版本激励活动热点，炒作#原神 凯迪拉克#联动话题，冲榜自然热搜，引爆声量。

**2**.**品牌二创活动打造**：打造角色痛车同人二创话题，邀请原神游戏大V，刺激原神兴趣人群UGC内容创作，实现人群转化及内容沉淀。

**3.原神社交阵地抢占**：抢占原神超话及主话题阵地，为凯迪拉克定制二创话题活动引流，助推品牌活动参与度。

**执行过程/媒体表现**

**1.氛围预热期**：搭载原神3.0版本热点，官方&游戏大V助推凯迪拉克与原神联动事件**热度扩散**，营造高热**联动氛围**。



**2.活动引爆期**

（1）游戏垂类账号与凯迪拉克联合发起联动角色**同人二创活动**，号召用户参与，品牌深度融入二次元游戏圈层文化，调动网友互动。（2）**抢占流量高地：**#原神#话题为品牌同人二创话题引流，并邀请游戏KOC产出优秀二创调动粉丝关注。

（3）**打造同人征集围观H5**，激发用户邀请更多好友参与二创；并上线星选任务，全面调动用户参与积极性。**3**.**热度延续期**：品牌持续打造痛车接送活动，邀请原神游戏达人体验联动痛车优越的坐乘体验，实现**联动热度延续**。精准媒介资源**持续触达目标人群**，实现品牌人群不断纳新。

**营销效果与市场反馈**

**1.声量引爆**：成功**引爆品牌联动事件社交热度**，品牌及两款联名车型声量较项目前均有大幅提升，品牌声量提升**43%**，CT4声量提升**366%**，XT4声量提升**545%**。**2.认知提升**：成功将CT4与XT4与原神进行深度绑定，成功种草车型，助力品牌年轻化。

**3.UGC内容产出**：成功调动原神游戏人群参与二创活动，为凯迪拉克**积累**了大量**优质内容资产**。

**4.用户资产增长**：成功为凯迪拉克品牌**吸引Z世代年轻人群**，且大幅提升了游戏兴趣标签在品牌人群中的占比，**兴趣人群扩容20.6%**。