

启辰VX6上市：用试乘试驾颠覆小红书营销

- **品牌名称：**东风启辰
- **所属行业：**汽车
- **执行时间：**2023.11.8-12.25
- **参选类别：**场景营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://v.qq.com/txp/iframe/player.html?vid=g3538urx2gz>

营销洞察

行业洞察

各大车企价格卷、营销卷，期望以小投入引大效应，但常规话题与内容难以吸引用户转化；

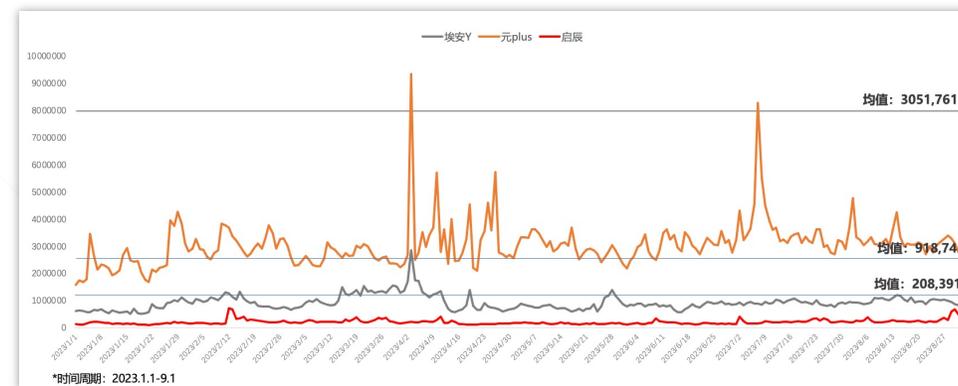
营销平台

小红书平台流量规则难以理清，达人生态复杂，对营销投放的洞察力、颗粒度、精细度要求高；

PK

自身挑战

启辰新能源车型全新上市，品牌自身用户认知&流量不足
内容资产弱，运营体系不健全；



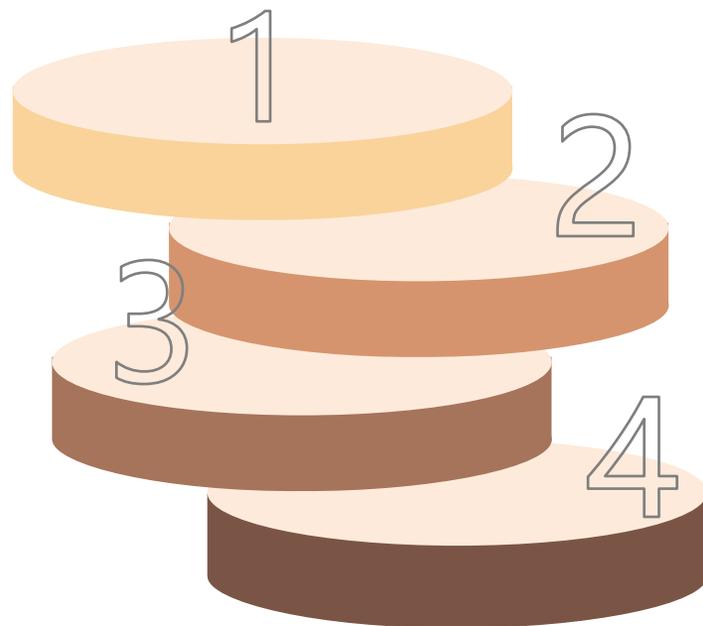
数据来源：小红书平台数据

基于传播背景，启辰 V X 6 在小预算投放的情况下，如何做到：

既能触达大量用户
引爆话题声量



还能通过稀缺资源
提升用户体验感



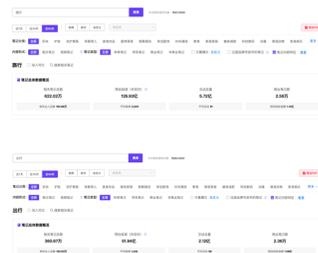
又能撬动大量内容
产出扩散



最后落地销售
转化形成链路闭环

洞察①

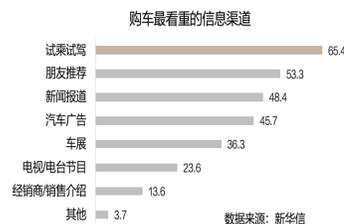
启辰VX6核心优势卖点在空间，我们分析发现小红书以“大”“空间”的相关笔记高达1.1亿+，互动量到达7500万+；而与“旅游”“出行”类笔记内容息息相关，笔记数量高达178亿+，互动量7亿+；



数据来源：千瓜，近90天

洞察②

分析发现**65.4%**用户购买新能源汽车时，更关注试驾体验感，但常规试驾体验的影响效能较小



洞察③

小红书平台汽车内容以相关探店/场景化用车体验的原生图文种草笔记热度较高，更触动用户藏赞评



数据来源：千瓜，近90天

打造一个极具空间感的社交话题 **#百变大空间装下大世界#**

形成社交话题的稀缺属性

联合省广文旅打造特色文旅线路，**突破传统试驾体验**

满足用户体验造热点

联动“一户多人口”家庭、探店类等达人，诠释启辰VX6核心产品力

传递价值共鸣

打造【1 + 6 + N】用户场景化试驾体验事件

1个文旅热点

借势文旅热点，打造小红书社交话题
联动头部KOL产出调性内容提升关注；



6城场景体验

定制特色试驾路线，打造线下6城用户体验，多元化场景深度用车体验，赋能当地经销商；



N方共振

达人以圈层领域种草，卷入经销商及用户参与，主题活动引发情感共鸣，用户转化形成效应；



——STEP 1 流量抢占

#百变大空间装下大世界#话题定制，头部KOL产出调性内容提关注

结合小红书平台传播调性，围绕车型大空间的核心产品力，打造更有张力的空间感及具有想象共鸣的招募话题#百变大空间，装下大世界#；

联动头部KOL王生鲜，以驱车海钓调性短片，传递开门见大世界；以人车景的松弛感大片，传递广阔空间；



#百变大空间装下大世界#

官方账号发起试驾团招募征集，助推声量



STEP 2 车型体验

6城6大美景，装进大空间

①定制6城特色试驾路线，模拟多种出行场景及丰富的特色营地打造，结合6城极具特色的主题氛围，诠释启辰VX6百变大空间、装下大世界的调性；

②联动车圈达人带队体验，携手用户输出活动笔记二次传播助力热度持续发酵；



——STEP 3 价值传递

布局达人矩阵，破圈引共鸣

通过选号罗盘，精细化管理达人资源，智能+人工重重筛选

锚定家庭、“一户多人口”、探店类达人铺排保质保真保量，锁定目标用户，输出种草图文，赋能打造爆文框架；



- STEP1 ● **初步筛查** 蒲公英账号初步筛选，确保数据真实、非水号；
- STEP2 ● **品类选定** 选定汽车垂类账号及跨界圈层达人：可以接汽车类的/粉丝增长呈上升趋势/粉丝年龄阶段；
- STEP3 ● **契合档期** 确认有档期/近期没有合作其他汽车品牌等；
- STEP4 ● **优选账号** 达人/内容标签与传播需求吻合：调性与品牌吻合(如探店类)/痛点人群(如家庭“一户多人口”用车)等；



—STEP 4 运营收割

经销商矩阵培育，完善获客体系

以KOB运营体系规则设定，打造经销商账号矩阵，开展线上培训，内容体系搭建补齐运营能力；通过经销商社群赛马，流量激励PK赛，挑选潜力门店，征集积极成员进行KOS头部达人培养；再通过经销商标杆塑造，强化种草传播范围，获取本地流量，留资转化主阵地。

经销商培训&内容体系搭建

全员展开线上培训
补齐运营能力，设定发布KPI

①账号认证

认证小红书企业号
开启企业广告投放第一步

- 01 注册认证小红书企业账号
- 02 提交投放资质认证进行审核
- 03 搭建账户开始投放

②账号运营培训

账号人设打造 | 主页装修 | 内容创作

③内容营销

限流与对策 | 笔记关键词 | 引流与获客

经销商社群赛马

流量激励PK赛，挑选潜力门店
征集积极成员进行KOS头部达人培养

①制定激励活动

制定经销商小红书运营激励活动，不同阶段定制不同的奖励玩法

头部账号 标杆效应
腰部账号 扩大声量
尾部账号 长尾效应

②流量扶持机制

以流量扶持为激励，充值到经销商账户上，用于经销商日常运营推流

经销商标杆塑造

强化种草传播范围
获取本地流量，留资转化主阵地

郑州威佳西三环店-启辰新能源汽车西三环店 | 成都东风南方成发店-启辰成都东风南方4S店

装修前 | 装修后

内容简单，视觉效果一般 | 整体美观，视觉效果好，建议简介加上表情
简介内容不丰富价值体现不高 | 门店信息清晰，玩法丰富

启辰新能源汽车西三环店 | 启辰苏州诚利

小红书号: 8921828666 | IP属地: 河南 | 小红书号: 3578852797 | IP属地: 江苏

启辰工厂地销售店
启辰全系车型销售
汽车销售/车辆使用/售后
提供24小时免费道路救援

东风日产启辰-苏州诚隆专营店
带你看遍启辰 新能源
小诚给您专业的用车答疑解惑
到店试驾看车可领取惊喜好礼

7 关注 | 230 粉丝 | 116 获赞与收藏 | 1 关注 | 359 粉丝 | 453 获赞与收藏

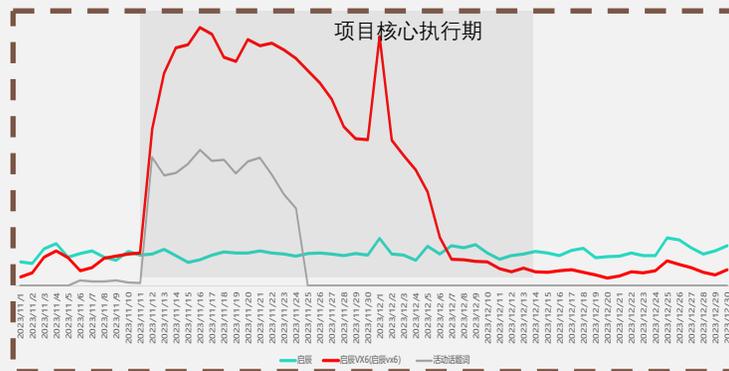
网络声量

总曝光量**1.9亿+**
话题浏览量 **3500万+**
投稿量近**1.6万篇**



用户认知

活动传播有效带动品牌词站内搜索环比增长**23%+**;
车型词“启辰VX6”搜索量环比增长超**22倍**



口碑扩散

参与KOL/KOC近**1,100位**
种草笔记互动量高达**114万+**



渠道
转化

14家经销商入驻，新增近**15,000位**粉丝，一个月内新增365篇+笔记，收获**15,000个+**互动量；