

长安UNI借势“村BA”热点， 成功提升智电iDD关注度

- **品牌名称：**长安UNI
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2023.07.01-09.30
- **参选类别：**跨界联合营销类

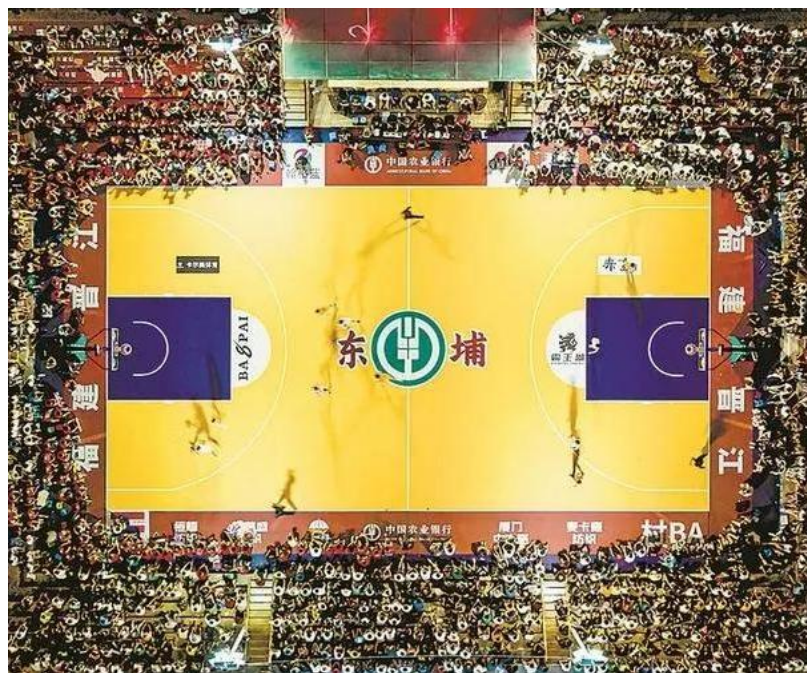
结案视频

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://weibo.com/tv/show/1034:4937534363598889?from=old_pc_videoshow

- 营销背景

二季度传播数据下滑，三季度亟需扩流量开口，正好村BA活动风靡全国，在网上有很高的热度，策划借势村BA的热度为iDD提升关注度，由真实车主组局#随车篮球队#，多点开花的运动体验营销，突出K大五座舒适空间/V疾速轿跑尖点价值、双车智电经济/外放电场景使用价值





- **营销目标**

- 依托篮球圈、汽车圈达人影响力，在抖音流量平台发布个人视角村BA约战系列视频，场景化视频深入影响用户心智，强化产品价值优势；
- 抖音平台传播声量广覆盖，吸引广大篮球粉丝，种草目标潜客，提升产品关注度和转化率。

- **借势一个热点：洞察村BA热点潜质，借助村BA的上升热度，提升车型关注度**
- **突出一个真实：真实车主组建#随车篮球队#并完成随机对战**
- **主打一个随机：挖掘#随机村BA#事件亮点，引爆社交平台**





➤ 贵州村BA凭借激情的观赛氛围，纯粹的篮球文化以及“接地气”的冠军奖励在社交媒体迅速走红。为改善智电iDD二季度关注度下滑的情况，长安UNI借势“村BA”热度，策划了#突袭村BA#营销事件。活动策划联合篮球圈顶流KOL“野球帝”，以UNI-K智电iDD车主的身份，联合汽车大咖千里奔袭贵州组建#随车篮球队#。通过随机组合、随机路线、随机约战的方式，与“村BA”篮球达人完成随机对战。

“

➤贵州村BA凭借激情的观赛氛围，纯粹的篮球文化以及“接地气”的冠军奖励在社交媒体迅速走红。为改善智电iDD二季度关注度下滑的情况，长安UNI借势借助村BA火爆的观赛氛围，收集大量优质篮球比赛素材和产品体验内容。依托篮球圈、汽车圈达人影响力，在抖音等平台发布“村BA”约战系列视频，视频中自然植入产品外观、空间、内饰、智能、经济性等产品信息，强化产品价值优势，提升产品关注度。同时，UNI星球与长安汽车官方平台发布#突袭村BA#系列海报/长图/视频等，助力合作内容的曝光量提升。

”





- 执行过程

自7月26日起,《突袭村BA》专项合作视频在抖音平台扩散,通过篮球圈、汽车圈达人抖音短视频、外围扩散自媒体微博、微信公众号等积累流量平台声量,同时以#突袭村BA#为话题的系列海报/长图/视频等内容,发布于UNI星球与长安汽车官方微博、抖音、视频号平台,助力合作内容的曝光量提升。



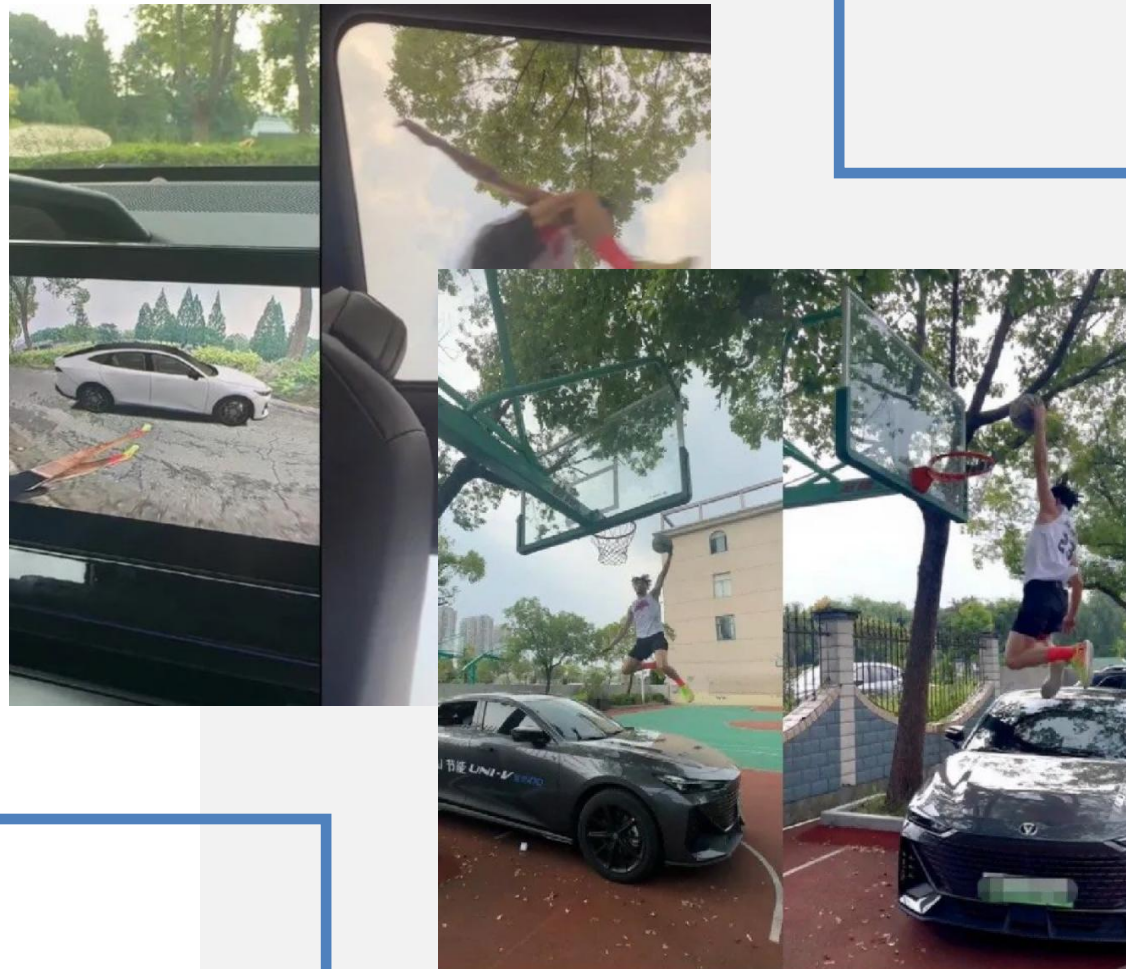


• 执行过程

- 预热期：贵州村BA凭借激情的观赛氛围，纯粹的篮球文化以及“接地气”的冠军奖励在社交媒体窜红，受到全社会广泛关注。UNI车主发起“智电iDD篮球天团突袭BA”活动就是典型代表，并凭借“随机突袭”的趣味机制与当地球队的精彩对抗赛视频火速出圈，其中频繁出境的UNI-V智电iDD也备受关注。
- 活动期：通过UNI-V智电iDD的360°高清全景影像和超大全景天幕，记录拍摄挑战过程，将陈登星一气呵成的助跑、飞车、扣篮完整记录下来。同时，身高180cm的NPC将篮球放在头顶站在UNI-V智电iDD车头右侧，高荣迅速助跑准备，经过“跳跃-接球-飞跃NPC-飞跃UNI-V智电iDD-扣篮”一连串动作，最终完成高难度的“飞车飞人扣篮”。

• 媒体表现

- 抖音视频18支，发布时间为7月24日-8月31日；
- 微博5篇，发布时间为7月24日-8月31日；
- 微信公众号3篇，发布时间为7月31日-8月31日。



营销效果

➤ 智电iDD村BA热点营销传播项目，阅读量**76409895**次，ROI ≈32.47，其中：汽车类自媒体合作3家，发布34频次，阅读量2483895次；抖音短视频18位优质流量达人，发布18频次，阅读量47405000次；微博合作5家，发布5频次，阅读量26521000次。

市场反馈

➤ 智电iDD村BA热点营销传播调动了广大网友对篮球的热爱，也成为跨界营销的成功案例

