

极氪竞化：001fr新车上市直播项目

- **品牌名称：**极氪
- **所属行业：**汽车行业
- **执行时间：**2023.10
- **参选类别：**直播营销类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

直播精彩集锦showcase <https://v.qq.com/x/page/f3538rdl2iz.html>

KOL变装 <https://v.qq.com/x/page/k3538jsfpzv.html>

付辛博口播 <https://v.qq.com/x/page/c3538c66pwd.html>

FR直播发布会+首批FR车主试驾-口碑沉淀-声量打爆

背景：9月1日，极氪进化日极氪001 FR车型亮相迅速在车圈爆火，通过发布会直播扩散，促进更多潜客下定及极氪品牌传播

形式：官方直播联动区域，最大化扩公域开口，化声量为流量；

- ①发布会：10.27日，北京钻石球场；品牌账号+8大区域中央账号联动，将品牌声量转化成区域销量；
- ②试驾会：未到场FR客户，第一视角带领未到场客户体验FR产品魅力，打造尊贵感；
- ③直播平台：极氪官渠（抖音、视频号、小红书、微博、B站、快手、天猫、支付宝、APP、海外社交媒体）

阶段	发布会预热 垂类KOL 第二演播室区域联动互动+直播间价格竞猜	发布会直播 8-9点 品牌号转播发布会 区域号同步现场直播	FR主理人+赛车手+垂类KOL FR产品力解读 直播派送: FR限量款赛车头盔	官方账号+八大区账号 直播卖货强引导
目的	配合互动环节提高声量 促进线索量	传播发布会内容	产品解读, 直播间强互动促转化	流量收割, 促进线索量
效果	线索100条	线索800条	线索400条	线索200条



垂类KOL参考: 赛车手吴文昌、韩景枫51KING、杨慢慢追风逐日、李玉儿聊车、爱车的戴戴、赛车手张岩

品牌号短视频

KIMI趣味互动



揭秘莱科宁的日常、莱科宁的中国行、莱科宁的宠粉行为、以“快”为核心的全网挑战赛

配合动作：
粉丝签名、录口播ID、设置挑战赛

发布会台前幕后大揭秘



微VLOG形式，极氪主播化身发布会探官，体验发布会的台前幕后趣事

配合动作：
极氪领导层幕后大公开

极氪主播团



品牌号主播+八大区中央主播开展联动，拍摄发布会预热类短视频

配合动作：
发布会前拍摄趣预热视频，并同步发布

八大战区短视频

预热视频

直播前：拍摄001FR展车落地全国，并预告直播中发布价格，吸引用户关注直播，为直播聚人气。

数量：每个大区1条



直播切片

直播时：直播过程中，利用直播中的精彩片段，进行二创混剪发布，为直播间持续赋能。

数量：每个大区2条



内容短视频

直播后：对001FR从价格、配置到选配等直播观众感兴趣的话题进行创意解读。

数量：每个大区1条





背景/Background

极氪进化日极氪001 FR车型亮相迅速在车圈爆火，需要通过发布会直播扩散，促进更多潜在客户及极氪品牌传播

目标/Object:

打造多个行业“第一”，让消费者和投资者对极氪品牌留下深刻印象，并增强品牌的可持续增长力。

策略/Strategy:

首先，利用国内外的各个营销渠道上积极推广，提升品牌形象。
通过传达品牌在智能领域的技术成果，强化001车型的品质背书，以此树立极氪在行业中的领先地位。

极氪竞化新车上市

结果/Results

品牌直播日，
总部直播曝光

5805.9万+

总互动量

200万+



ZEEKR 001 FR
豪华猎装超跑



创意/Creative

- 1、打造竞速主题的场景及服化道，最大化扩充直播主题场景化
- 2、基于核心用户的基础诉求，硬核知识是汽车直播的基石，明星ip的加持可以为极氪FR实现声量+销量的品效合一，最大化扩公域开口，化声量为流量。

