

# 马牌 × 京东养车11.11营销传播项目

- **品牌名称:** 京东养车
- **所属行业:** 互联网电商-汽车类
- **执行时间:** 2023.11.01-11.10
- **参选类别:** 电商营销类

# 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://www.xinpianchang.com/a12793052>

<https://video.weibo.com/show?fid=1034:4965044765786121>

# 营销背景

京东汽车作

为京东创新型业务于促间同**KA品牌的营销共建**及**商业化合作**杠杆撬动寻求突破与创新

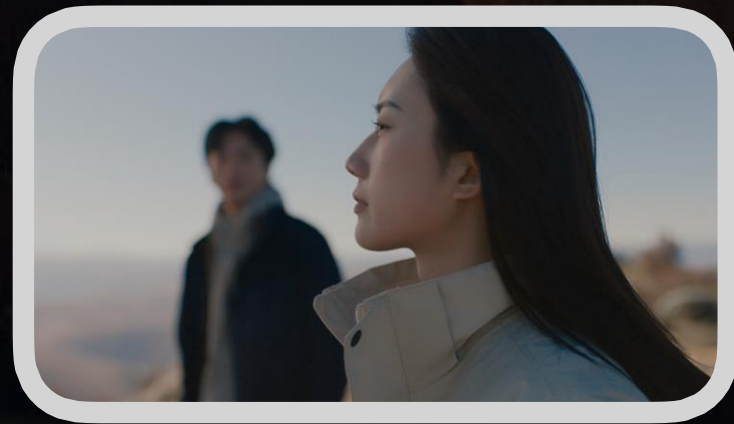
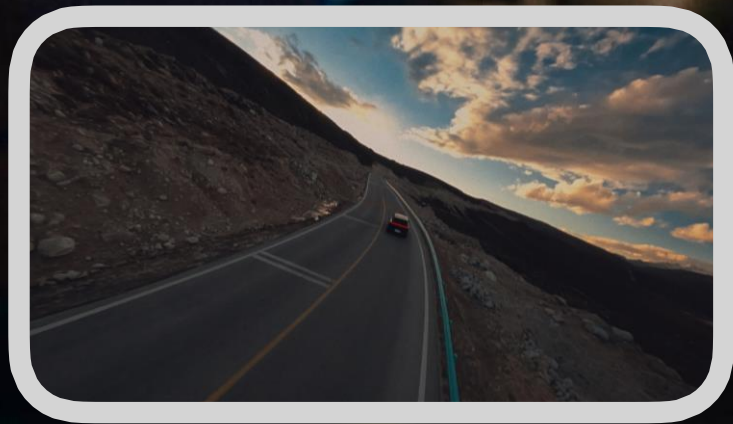
因此京东汽车在23年针对跨品牌营销打造 **“灵感驾到” IP**

以京东汽车作为发起者联动跨部门品牌进行线上线下的全链路创意玩法共建

将跨品牌活动中的创意物料及线下活动作为商业化权益

创意玩法包括但不限于：TVC、线下活动、案例包装、媒介传播、主站定制化中心场域等

实现**品牌广告投入、品牌流量、品牌销量三指数目标**的并行提升







在11.11营销节点  
借助联动势能**扩张品牌圈层影响力**  
以悸动出行讲述全新品牌故事

品牌美誉度



科技引领出行潮流  
以视频为核心传播物料  
展开热点话题讨论  
**聚合品牌优质内容**  
**高质量软广提升用户接受度**  
**推升活动覆盖面**

创意强导向



**多平台多方位打通传播链路**  
提升物料传播广度  
优化沉淀及转化效果

传播培育心智



在11.11 大促期间借助  
马牌 x 索尼 x 京东养车  
**三方品牌势能**  
**提升产品销售转化**

销售冠以根基



# STEP1

## 策略

由品牌破圈到行业电商链路引导

通过**品牌联合**进行矩阵造势

强强联动制造热点讨论

联动**TVC出街**，配合热点话题进行持续加热

围绕话题引导消费体验

**KOL话题讨论**引流电商形成链路闭环

# STEP2

## 创意

直击TA痛点，击破贩卖情怀  
调动人群行动力

用前沿科技打开观众出行视角

摆脱情怀贩卖，直给真实感受感动针对两类圈层人群

交叉传播用不同视角解读出行新思路

聚焦当下年轻人的真实生活痛点

发掘更多深埋内心无法褪却的冲动

用**“人生的每一天都可以是最特殊的一天”**

感染着每一个同样陷入困扰的人；

视频引发强烈反馈，在与用户的互动中感受他们的故事

Timeline	11.1—11.3 蓄水期	11.4—11.9 引爆期		11.10—11.11 收尾期
<p><b>内容方向</b></p> <p>传播潮流概念 强化出行意识 引导用户自传播</p>	<p>11.1 联名海报上线</p> <p>京东养车全媒体 德国马牌官博 联动品牌官博</p> <p>品牌三位一体矩阵造 势 强强联动制造热点 讨论 官博下场互动 拉近用户距离</p>	<p>11.6-7 联动TVC出街</p> <p>核心物料「我们可以每天看一遍世界」 打响氛围感出行第一枪</p> <p>用前沿科技打开出行视角 摆脱情怀贩卖，直给真实感受感动 针对两类圈层人群交叉传播 用不同视角解读出行新思路</p>	<p>11.4-9 热点话题</p> <p>KOL、KOC 围绕话题引导消费体验</p> <p>数十位大V大佬解读围观 ，引流商城消费体验，最 低折扣，快人一步</p>	<p>11.10 品牌案例推送</p> <p>精品案例全网发布 惊呼细节满满</p> <p>打造项目案例精品首发， 引发众人拆解学习，最 时髦也最发人深省的出 现体 验，只在京东养车</p>



11月6日活动同主题TVC出街，聚焦当下年轻人的真实生活痛点，发掘更多深埋内心无法褪去的冲动，用“人生的每一天都可以是最特殊的一天”感染着每一个同样陷入困扰的人，视频引发强烈反馈，在与用户的互动中感受他们的故事；

活动期间视频在全平台总曝光达 **5350W+**，累计播放量达 **1800W+**，总互动量达到 **15.7W+**，活动话题累计阅读量达到 **170W+**

案例内容聚焦与年轻一代消费群体的深层价值对话，在面对更加复杂的社会因素所造成的更加审慎的选择困境中，Ta们更难以突破自我防线活出真实的感受，我们鼓励每一个人都能做回自己，没有特殊的日子需要被等待，你的每一天都充满无限可能；

活动期间精品案例转发量出新高，好评度爆棚，累计阅读量达到 **29W+**，互动评论量达到 **2300+**

## 官方发布TVC

活动视频在视频号平台总计观看量达到 **637W+**

## 话题传播

话题总览

170万	7730	10.5万	23
阅读量	讨论量	互动量	原创量

## 案例传播