

#30岁的PlanB#汉兰达热点营销

- ◆ **品牌名称:** 广汽丰田
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2020.02.21-02.26
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

汉兰达自上市以来，以坚挺的价格及销量稳居中大型SUV市场的王者地位，价值标杆形象贯穿整个生命周期，从未被动摇。



用户现状

不论是中大型SUV市场整体还是竞品，25-34岁较年轻层都逐渐成为主流购车人群，而汉兰达的该层用户**获取不足**，且连年下降。

品牌现状

25-34岁较年轻层中，汉兰达仅“经久耐用”等几个形象具有优势，**品牌特征优势较少**。

传播现状

汉兰达对25-34岁等年轻人群的**传播对应不足**，竞争对手的调性更为年轻、活力，且传播手法多样。

25-34岁较年轻层逐渐成为中大型SUV主流购车人群，但汉兰达年轻用户占比连年下降，品牌特征优势少，与竞品差距较大。

年轻人
到底在
想什么?

90后
太难
沟通了?

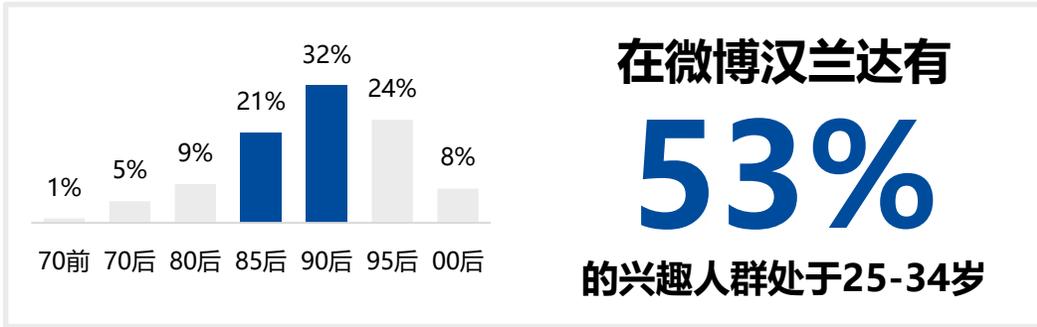
年轻人
痛点
在哪里?

如何才能俘获这一届年轻人的心?

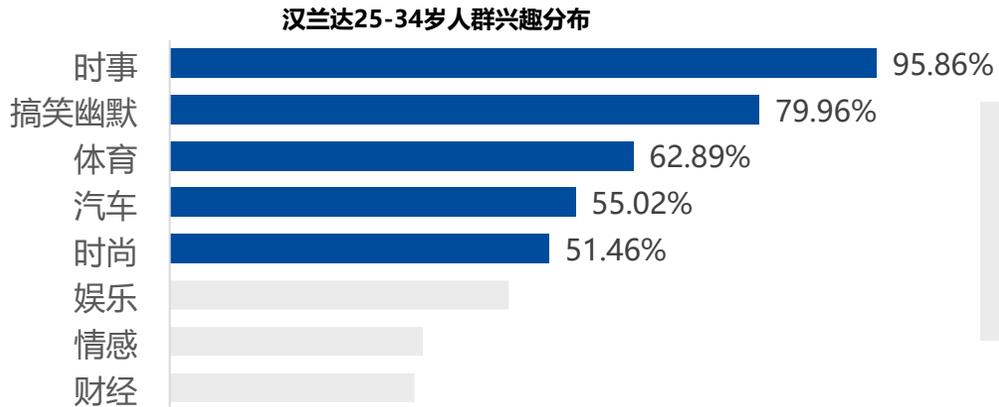
传播目标

通过媒体平台有效攻略**85-90后年轻人群**,
用年轻的营销手法与他们沟通,吸引年轻人群的关注与了解,
提升对汉兰达的好感,转化成为汉兰达的潜力车主。





每天有近1亿TA在微博



他们或关注时事/幽默/体育/汽车/时尚
然而他们共同面临的其实是
铺面而来的灵魂拷问
也是与他们最息息相关的时事热点

2020年1月1日开始

#第一批90后迎来30岁#



#第一批90后30岁倒计时#

2017到2019, 时间在变, 不变的是我们那颗依旧怀揣梦想的心。
14.8万讨论 6.4亿阅读



#第一批90后马上就30了#

第一批90后马上就奔三了, 最早的00后也已经成年! 时间是最公平的, 无论贫穷还是富有, 30岁都会如期而至。你有哪个瞬间, 觉得自己已不再年轻?
10.3万讨论 5.6亿阅读

热议话题接踵而至

第一批90后30岁倒计时
第一批90后将迎来30岁
第一批30岁的90后现状

30岁的人怎么可以不买房买车?

30岁的你, 手里有多少存款?

- 1、最近的热搜话题是, 年龄最大的90后进入30岁倒计时了, #央视频#提问所有90后, 都说三十而立, 你觉得#90后而立了吗#? 你觉得你“立”住了吗?
- 2、你怎么理解三十而立?
- 3、对30岁的自己, 你的评价是什么? (希望是什么?) [@徐冬冬的微博视](#)

央视热搜
【2019余额告急 2020要奔三? 我不懂...谁还不是个小可爱的!】17天后, 1990年出生的第一批90后, 真的要30岁了。天天自称“宝宝”的人, 你们真的是“中年人”了吗? 站在这样一个极具仪式感的人生路口面前...即将奔三的90后你而立了吗?, 看到“奔三”, 你想说? 带话题发微博或评论区 展开全文



明星也难逃追问

灵魂拷问不断上演
0后
你而
了吗#

热搜榜	话题榜	新时代	同
37	黄心颖落泪	206441	
38	30岁才发现的生活真相	202386	

用户发声观点碰撞

★ 刷到两个“鬼故事”
一批90后, 就满30岁了
2下个月出生的20后, 看80、90后的我们, 就像我们看50、60后

你已经30岁了, 再不嫁人就嫁不出去了。

你都30岁了, 怎么还不生孩子?

热门搜索轮番扎心

你都30岁了, 收收心吧?

结婚? 买房? 买车? 房贷? 生娃? 存款? 工作?
30岁像是社会的一条分割线不断压迫着他们

但30岁又怎样

秦海璐奇葩说道出30岁感悟

秦海璐30岁又怎样呢

“姐姐30了又能怎么样呢？不是还有资格吃爆米花吗？”

30岁跨年夜的感悟



30岁你依然可以去实现自我

「年度最戳心」短片
《30岁了，又怎么样？》



Taylor Swift 迎来30岁无畏之旅

Taylor Swift
30岁的无畏之旅

只要站在台上，
她就会发光，永远年轻，
永远生猛下去。





汉兰达让你无惧30岁，陪你一路开创未知、引领未来

去发现#30岁的PlanB#

结合25-34岁人群的痛点与深度洞察
以30岁为切入点，结合汉兰达车型打造深度内容
全面触达与覆盖核心目标人群，形成对汉兰达的认知与好感

#30岁的Plan B#



PART ONE
爆款内容
最扎心

PART TWO
车主精神
最暖心

PART THREE
专业解读
最抓心

创新1

直击痛点的
话题
激发群体的
共鸣

通过深入挖掘时下90后群体痛点，打造走心话题，成功引发目标群体的情感共鸣

创新2

丰富多样的
形式
多点引爆
兴趣

漫画+图集+视频丰富社会化传播形式，多元阐释车型内容，引爆受众兴趣

创新3

节奏性
内容输出
持续性
引发关注

泛大众共鸣→车主形象强化→专业输出
层层递进，逐步带动受众参与与认知

联动新浪&微博&微信多平台资源
保障车型内容大曝光，同时实现精准区域年龄触达

创新4

多维
媒体资源
全面
扩散传播



#30岁的Plan B#



PART ONE
爆款内容最扎心

PART TWO
车主精神最暖心

PART THREE
专业解读最抓心

话题上线，车型权益全面露出

有趣青年条漫上线

新青年第一期张子君图集故事上线

国民车顾问专业视频上线

新青年第二期叶梓颐图集故事上线

专题页聚合全部内容，打造用户触达与内容沟通的核心平台

KOL+新浪门户资源全程助力内容扩散传播

#30岁的Plan B#
微博双端话题页率先上线



微博移动端话题页



微博PC端话题页

有趣青年趣味条漫
微博+微信双平台发布

有趣青年 2月21日 10:00 来自 微博 weibo.com
“第一批90后已经30岁了”，这句话大家都听腻了吧。其实，30岁只不过是一个看起来蛮吓人的数字罢了~30岁duck不必那么心慌，更不要因为所谓的“年纪到了”而给自己设限，要相信你人生的“峰值”还远远没有到达，你依然有大把机会开拓更多选择、探索更多风景、超越更多不可能#30岁的PlanB#



收藏 2397 546
<https://weibo.com/6525292458/lvc348U4E>



《人到30岁
应该明白的11件事》

以趣味条漫图文的形式呈现，通过向左横划的趣味互动形式，展现“你看起来的30岁”和“30岁的另一个真相”从中自然带出汉兰达车型优势以及陪伴“30岁”的你征服更高处的理念态度



<https://mp.weixin.qq.com/s/GgXq0mVCOHTfOcutwe5KTA>

双平台发布累计触达**576万+**粉丝

累计互动量：**223652**

圈层KOL助力扩散，触达**6722万+**粉丝，收获**3048**转赞评

《新青年》张子君车主故事图集紧随上线，新浪资源助力内容曝光



寒冬中的演员，没戏拍也不去玩流量

演员张子君结合流量时代热点话题，讲述自己对品质\理想\生活的坚守，引出汉兰达在这个过程中一路陪伴，帮助他不断的向前，和他一起不断征服更高处

http://slide.news.sina.com.cn/slide_1_65716_436879.html



新浪新闻首页焦点图 (PC端)

总曝光量达**2489万**
完成率**112%**



新浪新闻首页焦点图 (WAP端)

总点击量达**76836**
完成率**113%**

KOL跟进助力图集扩散，触达**3253万+**粉丝，收获**3753**转赞评

第二期《新青年》叶梓颐车主故事图集上线，新浪资源助力内容曝光



为了追“星”
她走过40个国家跨越60万公里

个性90后迷上星空摄影，一路寻梦活出自我。通过讲述她一路追寻的故事，带出汉兰达陪伴她去征服、去探索的场景，一路给她帮助与安全感，最终实现梦想。

<http://photo.sina.com.cn/newyouth/doc-iimxstf3585906.shtml>



新浪新闻首页焦点图 (PC端)

总曝光量达**2399万**
完成率**108%**



新浪新闻首页焦点图 (WAP端)

总点击量达**76799**
完成率**115%**

KOL助力图集扩散，辐射**3253万+**粉丝，收获**3679**转赞评

《国民车顾问》专业解读视频压轴上线，新浪强势助力内容曝光



《论七座SUV对年轻人的重要性》

当今社会快节奏催促着我们向前奔跑，从885到996，甚至到007，工作使我们越来越喘不过气。一辆7座大空间SUV这时候对生活就特别重要，通过场景化演绎“30岁”的程序员、奶爸、创业者的购车需求，引出汉兰达，无惧各种挑战，带你征服更高处，活出三十岁该有的样子！

播放量
164万



新浪汽车首页
热门推荐第三条 (PC端)



新浪汽车首页
信息流第六条 (WAP端)



新浪新闻APP
汽车首页信息流一条

总曝光量达**1452万**
完成率**109%**

总点击量达**104379**
完成率**231%**

KOL跟进助力视频触达**5836万+**粉丝,收获**11377**转赞评

打造专题页聚合传播内容,成为用户触达与内容沟通的核心平台



预约试驾

挑战「三十」的极限

汉兰达新增骑士版
给你说走就走的理由

请输入姓名

请输入手机号码

销售线索收集页

有趣青年

发现「三十」的真相

汉兰达新增骑士版
撕碎三十岁的恐惧

有趣青年 来自微博 weibo.com

“第一批90后已经30岁了”，这句话大家都听腻了吧。其实，30岁只不过是一个看起来蛮吓人的数字罢了~30岁 duck不必那么心慌，更不要因为所谓的“年纪到了”而给自己设限，要相信你人生的“峰值”还远远没有到达，你依然有大把机会开拓更多选择、探索更多风景、超越更多不可能#30岁的PlanB#

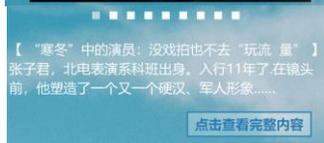


有趣青年条漫

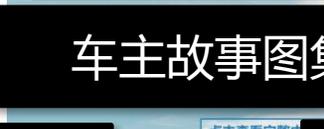
新青年

看见「三十」的模样

汉兰达新增骑士版
背后真实的三十岁



【“寒冬”中的演员：没戏拍也不去“玩流量”】
张子君，北电表演系科班出身。入行11年了，在镜头前，他塑造了一个又一个硬汉、军人形象……

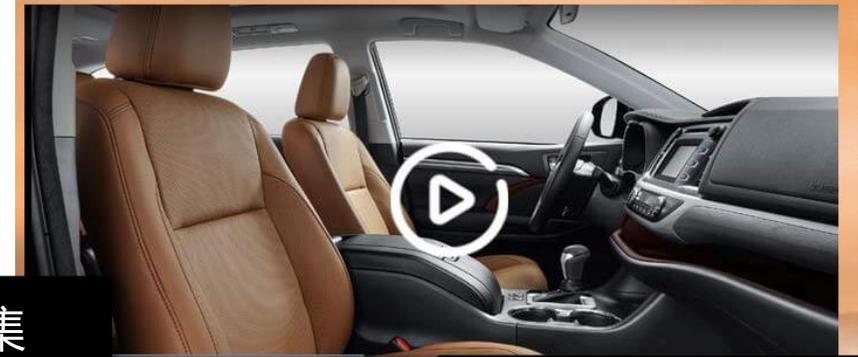


车主故事图集

国民车顾问

解开「三十」的疑虑

汉兰达新增骑士版
年轻人选车指南



专业解读视频

汉兰达车型图片

话题阅读量**1.6亿**，讨论**2.4万**，晋升热门话题行列，引爆汉兰达微博关注及讨论



#30岁的PlanB#
阅读1.6亿 讨论2.4万

导语：“第一批90后已经30岁了”！其实，30岁只不过是一个看起来蛮吓人的数字罢了~30岁duck不必那么心慌，你依然有大把机会开拓更多选择、探索更多风景、超越更多不可能，与汉兰达新增骑士版一起“征服更高处”！#30岁的PlanB#

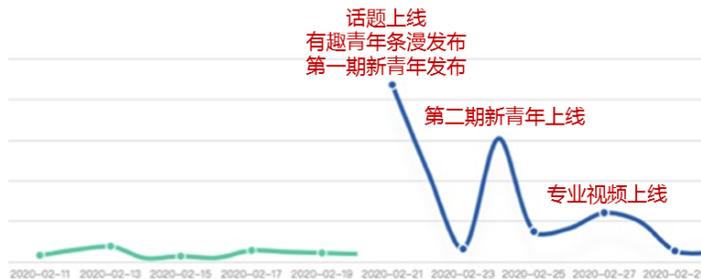


#30岁的planb#
阅读1.6亿 讨论2.4万 详情
主持人: 广汽丰田

导语：“第一批90后已经30岁了”！其实，30岁只不过是一个看起来蛮吓人的数字罢了~30岁duck不必那么心慌，你依然有大把机会开拓更多选择、探索更多风景、超越更多不可能，与汉兰达新增骑士版一起“征服更高处”！#30岁的PlanB#

有趣青年
2-21 来自微博 weibo.com

汉兰达微博整体声浪显著提升，较传播前提升**670%**



10599362
传播前：2020.02.11—02.20

71059200
传播后：2020.02.21—03.01



拉近了汉兰达与年轻群体的关系，在**85-90后年轻群体**当中建立良好**车型认知**



用户对车型认知比较单一
仅以品牌&车型的功能信息为主



- “Plan b” ——营销事件与车型形成强关联
- “90后” ——年轻群体深入此次传播与品牌建立关联
- “理想汽车” “喜欢” ——成功在目标群体中建立好感度

收割大波目标受众/路人的**兴趣及好评**，转化为汉兰达**潜力车主**

- 

像等少校菜201810 🏆: 这款车不管怎么看我都特别喜欢的呀, 真的超级棒的啦
02月28日 16:43

超级棒
- 

是小葱拌豆腐吖: 这空间也足够大, 带着家人自驾游也刚刚好
02月28日 16:42

空间大
- 

今天要加油呀2: 看着就性能挺不错的, 我还挺喜欢这个品牌的
2月28日 16:39

性能好
- 

希禧伯0: 必须要承认这一款汉兰达还是很适合30岁的年轻人的
2月27日 20:54

超适合
- 

娃娃5921孝: 豪华的中控, 是真的流连忘返了, 哪怕是贷款都想入手一部
2月27日 20:47

买买买
- 

dqyking书: Suv当然是选汉兰达了, 这是SUV的王者呀, 其他的车都比不了这辆车.
2月28日 22:50

SUV王者
- 

莉g1: 等到我30岁的时候, 我一定要买一辆
2月28日 22:47

就是TA了



车型负面舆论
占比显著减少

传播前	传播后
3.79%	1.13%