

二代海马 S5 微信群上市

广告主：海马汽车销售公司

所属行业：汽车

执行时间：2018.07.18

参选类别：移动营销-微信营销

营销背景

1、二代海马 S5 在上市之前，就已曾通过品鉴会、媒体试驾会等形式多次曝光于媒体和消费者面前。在上市之前媒体以及消费者对于二代海马 S5 已经了解有了比较详细的了解。基于此，海马汽车选择放弃传统大型线下发布的形式，而以一种 mini 式的创新方式完成二代海马 S5 上市。

2、海马汽车目标人群基于年轻群体，我们希望以年轻人喜闻乐见的方式将二代海马 S5 的上市信息直接触达目标人群，不论是内容还是载体，都以年轻群体为上市营销导向。

3、海马汽车一直以来都是一家比较喜欢创新的车企，2017 年 3 月的情景脱口秀直播上市，2017 年 10 月曾经以 VR 上市，2018 年二代海马 S5 上市也希望以一种新的方式出现，打破传统桎梏。

营销目标

二代海马 S5 作为海马汽车战略车型，担负海马汽车品牌振兴，月销过万的重任。本次上市，在强产品力的基础上，通过售价及销售政策整体拉升市场对二代海马 S5 的预期，为提升销量创造良好的市场氛围。

策略与创意

本项目是为海马汽车所做的一次别样的新品上市发布会。本次上市发布会避开传统的线下发布会形式，发挥新媒体效能，将 600 余名媒体集于微信群中，通过一条为时 6 分钟左右的视频完成上市。群内媒体对此次微信群内以视频内容发布新品上市的形式表示认可。对海马汽车敢于跳出传统桎梏突破创新，将年轻化贯彻到底的表现极力赞赏。

创意：

- 信息前置：拉长传播周期，不断刺激市场关注。
- 轻量化传播：化整为零，短频快的不间断输出信息。

媒介策略：

- 全方位媒体邀请，最大力度覆盖媒体平台。

➤ 对话重点核心媒体，深精专传达企业声音。

执行过程/媒体表现

1、发布 KOL 价格预测海报 10 张



2、发布上市倒计时海报



3、产品力九宫格

**因为时尚
所以更潮流**

北极极光式前脸



大尺寸六边形星光镀铬格栅



极光式LED日间行车灯



海马汽车

**因为潮流
所以更激情**

1.139m²
一体全景天窗



飞翼式环抱驾驶座舱



**因为激情
所以更澎湃**

1.6TGDI (后续上市)
超级动力发动机

最大功率 136Kw
峰值扭矩 280N·m
最大马力 185Ps



1.5T
强动力发动机

最大功率 120Kw
峰值扭矩 223N·m
最大马力 163Ps



更潮的外观 更燃动力

外观

雕刻动力学尾部



回旋镖LED尾灯

潮

5MT/CVT/6MT/6AT (后续上市)
多种变速箱选择



赛车级全功能方向盘



6向高包裹性
电动座椅



座椅加热

百公里加速
8秒区间
(1.6TGDI车型)



前麦弗逊+
后五连杆独立悬架



201mm高通过性离地间隙

因为澎湃
所以更自在




精准电子
随速助力转向

我是新潮设计与
领先科技集于一身的
8万级超级动力
SUV

二代海马S5

160手动舒适型	¥69800
160手动精英型	¥75800
160手动豪华型	¥82800
230T手动精英型	¥79800
230T自动精英型	¥89800
230T自动豪华型	¥96800
230T自动旗舰型	¥102800
230T自动智联旗舰型	¥109800



二代海马S5
劲擎上市

即刻下订
即享多重惊喜

7月18日-10月18日订车

24期0息

终身质保
终身免费救援

因为自在
所以更随心



新风PM2.5空气净化

百万像素超清360°
随动3D影像



原厂行车记录仪



**因为随心
所以更智能**

悬浮式10英寸触控大屏



全系标配液晶智能仪表



科大讯飞
智慧语音交互系统



车管理 车服务 车控制



moofun移动互联
人车生态系统+百度地图

**因为智能
所以更安心**

主动驾驶辅助
LDWS+ACC、AEB (后保上市)
LDWS 车道偏离预警系统
ACC 自适应巡航控制系统
AEB 自动紧急制动系统



ESP车身稳定系统



TPMS智能胎压监控



三维一体顶级防护



**因为安心
所以更值得**

二代海马S5
新车体验官: 孙艺洲




3



30年合资品质传承
30万客户口碑

8

8万级SUV首选



杨春辉-辣评车

二代海马S5劲擎上市!



1分钟前 删除



营销效果与市场反馈

二代海马 S5 上市共有 600+ 媒体参会，发布频次达到 1000+，共覆盖 3000 万左右用户，上市当天二代海马 S5 上市信息刷爆朋友圈。

媒体普遍对二代海马 S5 的微信群视频创新上市形式表示赞赏，对二代海马 S5 的产品力表示认可，抱以极大期待。

上市视频内容亮点：视频内容以第一视角作为呈现方式，无缝连接到消费者。“滑动解锁”的交互动作增强了代入感，后续种种对话高度还原生活，更加强了这种“沉浸式体验”。职场的切入点更具有感染力，易引发二次传播。期间，将二代海马 S5 产品卖点作为职场作业植入，毫无违和感。

上市媒介形式亮点：

- 本次上市共借助了视频以及微信群这两个传播载体，突破传统大型线下发布会的桎梏，以小而美的形式完成上市。
- 二代海马 S5 目标人群为年轻群体，本次上市选择的媒介形式契合年轻人触媒习惯，易传播。