

奔驰世界杯《一起为热爱呐喊》态度海报互动营销

广告主：奔驰

所属行业：交通

执行时间：2018.06.17-07.11

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

2018 年俄罗斯世界杯即将来临，大事件的影响力吸引各大品牌蜂拥而上，抢夺受众关注目光并且提升品牌“正能量”价值。奔驰作为豪华轿车代表，高端印象深入人心，但是动感活力印象弱于竞品，奔驰希望借助世界杯热度，向受众传递奔驰的运动精神。

营销目标

借势大事件曝光：借助奔驰为德国队的赞助商身份，利用世界杯热度绑定传播，强化奔驰品牌声量，吸引受众关注目光。

运动精神沟通强化：将足球运动的完美技术、团队意识、拼搏精神等与奔驰汽车的卓越性能和品牌内涵完美结合，通过互联网媒体向广大足球受众进行传播，强化品牌运动基因，提升受众好感。

策略与创意

世界杯的受众从来已经不只是“球迷”，而是覆盖了千千万万的普罗大众。在移动社交时代，世界杯对于受众的影响也超越了“比赛本身”，球星、球队、太太团、技战术等各种讨论和站队也成为朋友间的热点话题——我们发现，微信几乎取代各类资讯工具，成为世界杯资讯获取+社交传播的“大一统”平台。于是，我们专为奔驰在世界杯期间打造了 5 期最创新的“态度海报”，小组赛三期，半决赛两期，不仅让足球精神与奔驰品牌以完美融合姿态呈现在世人眼前，更加入创新 AI 技术促进用户踊跃站队并表达自己的态度，实现与品牌更紧密的互动和共鸣。

执行过程/媒体表现

1、诉求精细化——将世界杯分为“年轻无畏”、“赛场主角”、“团队意志”以及“敢为英雄”“永不止步”五个主题，五轮不同态度，匹配奔驰五大产品线的不同调性和车型主张。



万级定制化词库配合互动，智能匹配语句，完成全民亮态度的深度参与

2、互动智能化——首次邀请 Tencent Lab 参与设计朋友圈广告的智能互动功能，定制万级词库。

用户输入两个字的中文“关键字”，在后台就自动组成语句为用户生成个性化的 AI 态度海报。



3、广告创新化——采用微信最新的全幅视频广告形式。全屏视频以超燃节奏和递进式的文案呈现，调动起用户兴奋情绪，强化参与效果。



首批朋友圈全幅式卡片广告，全屏视频超燃节奏，调动起用户兴奋情绪

营销效果与市场反馈

曝光总量：4亿VV+

互动总量：500万次+