

海纳百川，长安汽车的全球社媒营销突破之路

- 品牌名称：长安汽车
- 所属行业：汽车行业
- 执行时间：2024.08-12
- 参选类别：出海营销类

»»»» PART-01 ««««

品牌现状与挑战

品牌基础与全球竞争



01 品牌优势与全球化起步

长安汽车在技术研发、生产制造和售后服务等方面具有优势，2023年启动“海纳百川”全球化战略，但国际市场知名度较低。在全球汽车市场，长安汽车面临众多国际知名品牌的竞争，这些品牌在知名度、市场份额、技术实力和营销经验等方面具有较强优势。

02 策略性挑战与市场适应

长安汽车需在全球提升品牌知名度和影响力，进行有效品牌传播和营销推广，建立良好品牌形象和口碑。全球不同国家和地区市场环境、文化背景、消费者需求和法律法规差异大，长安汽车需深入了解和适应这些差异，制定针对性市场策略和产品策略。

03 困难难点与品牌认知

长安汽车在国际市场品牌认知度低，消费者对其品牌历史、产品特点和品牌价值了解不多，营销面临较大困难。提升品牌知名度需投入大量时间和资源，还需精准市场定位和有效传播策略。

»»»» PART-02 ««««

品牌目标与目的

品牌目的与全球拓展



提升品牌形象与理念展现

通过全球营销活动和内容传播，塑造长安汽车“科技+伙伴”品牌形象，展现“有温度的科技出行伙伴”理念，以及在设计美学、生活美学和智造实力方面的独到见解。

在国际市场上树立积极、创新、可靠的品牌形象，吸引更多消费者关注和购买长安汽车产品。



拓展全球市场与用户联系

借助社交媒体平台广泛覆盖和传播优势，拓宽长安汽车全球市场版图，为品牌全球化发展奠定基础。

通过与用户互动和沟通，建立品牌与用户之间情感纽带和信任关系，积累宝贵用户资源。



品牌目标与国际认知

通过全球社媒账号运营和多样化内容传播，使长安汽车品牌在国际市场上得到更广泛认知和认可，提升国际知名度和影响力，为全球化扩张创造有利条件。

»»»» PART-03 ««««

营销亮点与策略

01

全球化思维与统一品牌形象

长安汽车在开展全球社媒营销时，注重全球化思维，以统一品牌形象和价值主张面向全球市场，展现品牌科技美学和创新实力。

通过全球用户互动Campaign，结合当地文化元素制作Reels视频，既保持品牌一致性，又贴近当地用户喜好。

02

本土化创意与文化融合

针对不同国家和地区文化特点和消费者需求，定制具有当地特色的内容和活动，如结合当地传统节日、风俗习惯等进行创意策划。

通过本土化创意，增强品牌与当地用户的情感共鸣，提升品牌在不同市场的适应性和竞争力。

03

内容引擎与多元化运用

围绕三大内容引擎——国际影响力原生生活方式、优质审美和趣味互动，打造丰富多样的内容形式和主题。

如高频次传播品牌slogan # withU、#Together for better，围绕生活方式打造爆款专题如“长安#CATD 时尚LOOK”、“和莽灿灿一起过周末”等，通过创意图文、短视频、互动问答等形式，全方位展示品牌和产品魅力。

»»»» PART-04 ««««

创意与执行过程

创意构思与策划

确定主题与方向

围绕品牌的核心价值和目标受众，进行创意思考。确定营销活动的主题和方向，如“科技美学、时尚潮流、千禧复古、人文关怀”等

创意形式与内容

确定具体的创意形式和内容，如Reels视频、互动Campaign、平面创意等，注重科技感、时尚感和趣味性结合。确保创意内容与品牌调性和目标受众喜好契合，为后续制作和推广奠定基础。

创意制作与本土化调整

根据创意方案，进行内容创作和制作，包括撰写文案、设计视觉元素、拍摄视频、制作动画等。对于需要在不同国家和地区推广的内容，进行本土化调整和优化，提高内容本地化适应性和吸引力。

执行推广与效果评估



■ 内容发布与平台选择

按照既定时间安排和内容发布计划，将制作好的创意内容发布到不同社媒平台，如 Facebook、Instagram、Twitter、YouTube 和 TikTok 等。

根据各平台特点和用户习惯，选择合适发布时间和发布形式，提高内容曝光率和传播效果。

■ 互动形式与用户参与

长安汽车围绕三大内容引擎——国际影响力原生生活方式、优质审美和趣味互动，打造了丰富多样的内容形式和主题。如高频次传播品牌 slogan #withU、#Together for better，围绕生活方式打造爆款专题如“长安#CATD 时尚LOOK”、“和莽灿灿一起过周末”等，通过创意图文、短视频、互动问答等形式，全方位地展示品牌和产品的魅力

■ 效果评估与持续优化

定期对社媒营销活动效果进行评估，分析粉丝增长、曝光量、互动量等关键指标，评估活动影响力和用户参与度。

根据评估结果，及时调整和优化营销策略和内容，持续提升社媒营销效果和品牌影响力。

»»»» PART-05 ««««

成效与未来展望

成效显著与数据支持



粉丝增长与曝光提升

自2024年8月启动运营以来，长安海外社媒平台粉丝量增长至77.22w+，累计新增43w+粉丝，曝光月均增长76.9%，互动量月均增长190.4%。

这些数据表明，长安汽车的海外社媒营销策略取得了显著成效，品牌在国际市场的知名度和影响力得到了快速提升。

品牌认知与用户反馈

通过与用户的互动和沟通，长安汽车成功建立了品牌与用户之间的情感纽带和信任关系，用户对品牌的认知度和好感度显著提高。

许多用户在社媒平台上主动分享使用长安汽车产品的体验和感受，为品牌积累了大量积极的口碑和用户资源。



市场拓展与销售增长

长安汽车的海外社媒营销活动不仅提升了品牌知名度，还有效促进了产品的销售，为品牌的全球市场拓展奠定了坚实基础。

在一些重点海外市场，长安汽车的市场份额和销售业绩呈现出稳步增长的良好态势，品牌全球化战略初见成效。

未来展望与持续创新

持续优化与市场拓展

长安汽车将继续优化海外社媒营销策略，进一步提升品牌在国际市场的知名度和影响力。
加大在新兴市场的投入和推广力度，拓展品牌的全球市场版图，吸引更多国家和地区的消费者关注和购买长安汽车产品。



创新驱动与用户体验

坚持创新驱动，不断探索新的社媒营销形式和内容，如利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，为用户带来全新的品牌体验。
加强与用户的互动和沟通，深入了解用户需求和反馈，以用户为中心持续优化产品和服务，提升用户满意度和忠诚度。



品牌建设与长期发展

以海外社媒营销为重要抓手，持续推进品牌建设，塑造具有国际影响力的汽车品牌形象。
通过长期的品牌积累和市场培育，使长安汽车在全球汽车市场中占据重要地位，实现品牌的可持续发展和全球化战略目标。

