

# D1上市-品牌创意营销方案

2020年10月



# 项目背景与目标

项目背景

全球首款定制网约车 —— D1上市

项目  
目标

行业建立新标签、新认知，  
抢占“全球首款定制网约车D1”概念

项目  
目标

C端产品心智大规模建立，  
同时提升母品牌形象

*Step 1*

线下重磅发布会

高举高打首次亮相  
创造行业影响力

TO DO

*Step 2*

C端 创意营销

用创意攻占用户心智  
提升母品牌形象

# Step 1 策略方案执行

Step 1 线下重磅发布，高举高打打造“滴滴首款定制网约车发布”大事件	
核心创意1	<b>主题：Always D1 从心出发</b> 寓意D1是滴滴不忘初心的里程碑，8岁的滴滴对用户价值的追求始终如一
核心创意2	<b>整体概念：青果小镇</b> 打造一个“青果小镇”发布会，深度植入D1产品卖点，沉浸式发布体验
核心记忆点	借助D1发布会，清晰传递核心记忆点—— <b>1. 产品定位：</b> 全球首款定制网约车 <b>2. 产品颜色：</b> 首款定制专属 <b>青果色</b> 的网约车 <b>3. 产品功能点：</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 首款定制<b>电滑门</b>的网约车</li><li>• 首款定制<b>大空间</b>的网约车</li><li>• 首款<b>彩虹接驾灯</b>的网约车</li><li>• 首款定制<b>人车APP智能交互</b>的网约车</li></ul>
关键词	定制化、新物种
风格调性	区别于传统车企风格，现场传递清新时尚、年轻活力、个性潮流的调性氛围



# 创意执行

## 1 凤凰中心变身“青果小镇”，沉浸式体验带嘉宾感受D1





# 创意执行

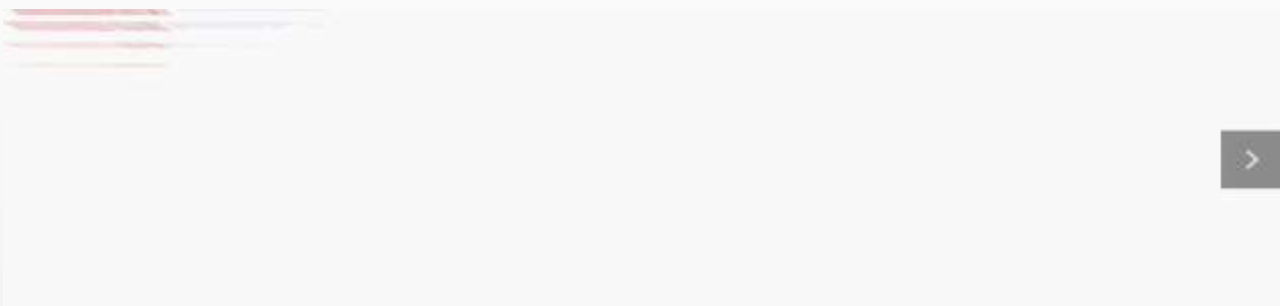
## 2 产品卖点深度植入，打造新一代网红打卡地





# 创意执行

## 3 调性一以贯之，内容走心，素材清新



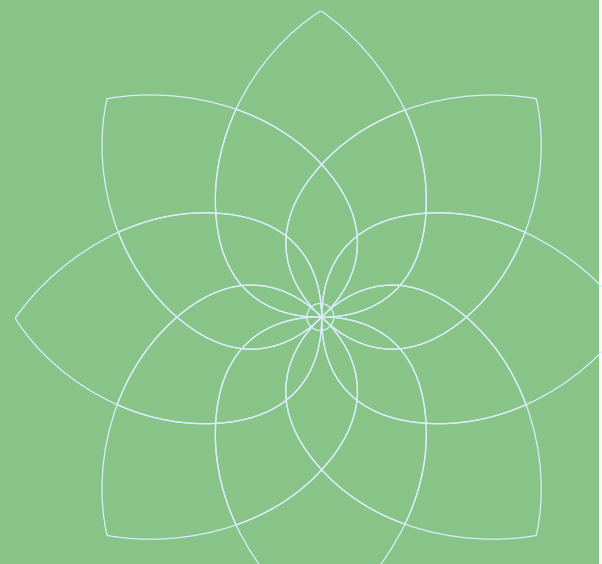
## 4 声光电配合现场氛围热烈，环环相扣高潮迭起



*Step 2*

C端 创意策略

打造超级符号





## 超级符号

用超级符号“大眼睛”  
传达品牌精神



### 发现

用心看见  
司乘在出行中的  
真实需求



### 专注

着眼用户体验  
全力打造  
更舒适的出行



### 好奇

对未来出行趋势  
翘首期待



### 关怀

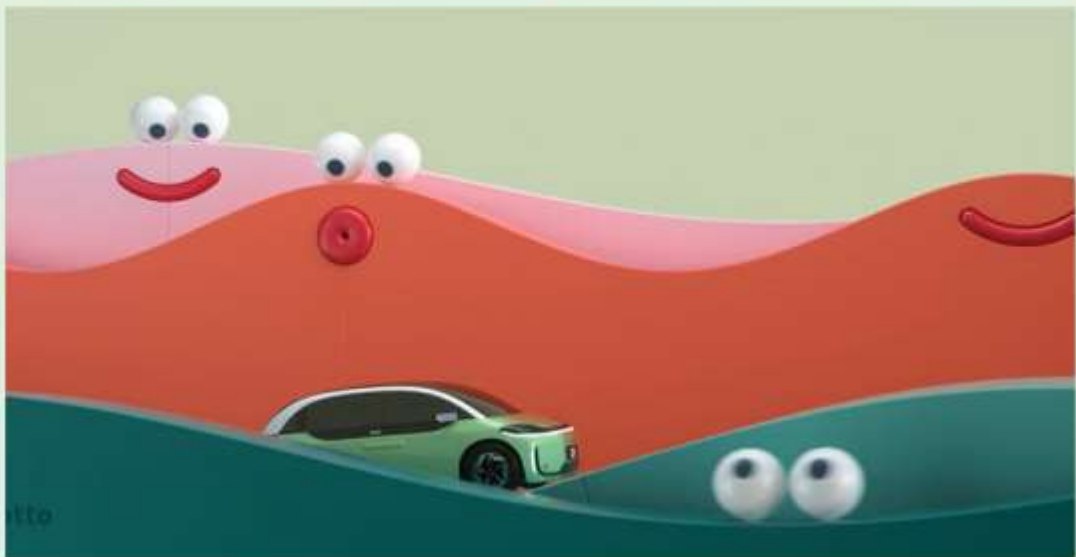
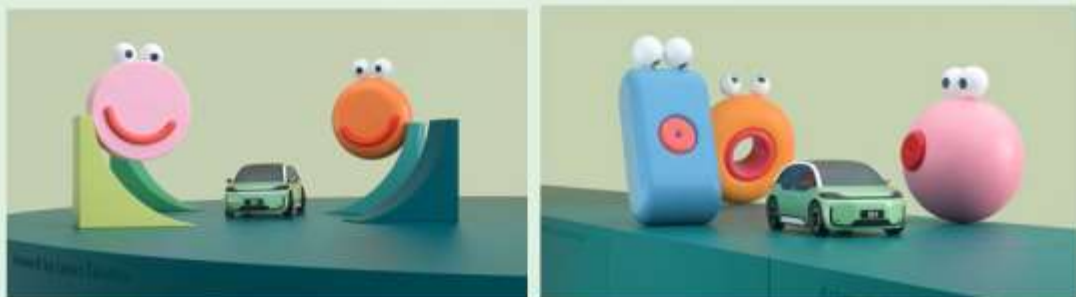
关注细节  
塑造有人情味的科技

# 创意执行：超级符号 X 潮酷内容，攻占年轻人心智



## Lucas Zanutto联名视频

知名芬兰插画师，ins粉丝169K+，TikTok艺术家Top100



## 大眼睛创意视觉

创意产品视觉吸引点击



## 潮流周边

融入时尚穿搭 移动的广告位





PHASE  
ONE

## 延续发布会热度， C端大规模心智曝光

发布会当晚  
通过媒介投放及娱乐营销抓手  
进行C端心智推广  
D1产品大规模曝光

- 发布会流量艺人助阵，  
微博阵地粉丝联动传播D1上市信息
- 创意包装媒介物料，  
朋友圈广告全国22城大规模投放

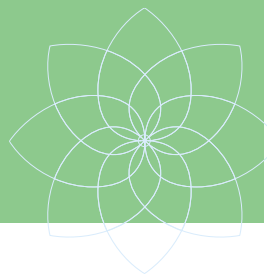
滴滴出行



D1

Always D1  
从心出发

# 媒介投放：突破汽车上市传统硬广模式，趣味创意包装朋友圈硬广，全国曝光



发布会当晚发布趣味朋友圈广告，大规模扩散





# 媒介效果：创新优质内容引发用户高互动，多项数据远超行业平均值

## 朋友圈投放策略

- 时间：11月16日21:00-17日
- 预算：400W
- 投放人群：18-35岁
- 投放区域（22城）：
  - 1、超一线：北上成杭
  - 2、长沙、宁波等业务重点城市
  - 3、一二线重点城市
- 标签：中档汽车爱好者、旅行达人、美国电影迷、偶像爱情剧迷、手游档、整形达人、美妆护肤、日本动漫

## • 创意内容引发用户高互动率，表现优于行业均值

**7.8%**

远超行业平均值

朋友圈用户分享曝光比例

行业平均值 0.1% - 0.3%

**4.73%**

远超行业平均值

朋友圈广告互动率

行业平均值 1%

\*来源自PHD历史投放数据

## • 无明星无补贴抓手的条件下，成功实现低成本高曝光

**6500万**

人次

实际曝光量

(目标3100万人次)

超目标210%

**67**

节约47.6%成本

元  
实际CPM

(预估CPM128元)

\*来源自PHD投放数据

# 娱乐营销：流量明星粉丝运营，借力明星新歌撬动深度互动

发布会表演嘉宾@孟美岐

微博粉丝2508W，代言类推文平均互动100W+  
粉丝具有**强大应援力**，适合品牌话题营销



传播策略

## 粉丝资源深度打通

- 提前联动艺人工作室与粉丝站，为热度爆发提供粉丝基础

## 上线借势艺人新专热度

- 孟美岐发布会现场表演新歌《MUTE》借势粉丝讨论热度，传播D1

## 微博战果



曝光**3.7**亿+ 讨论**8.3**万+

## 明星表演向及品牌双话题配合，拉升流量的同时种草产品

#孟美岐青果妆造型#



阅读量3.4亿 讨论量6万+

#孟美岐舞台好炸#



阅读量3878.7万 讨论量2.3万+

## 高粉丝互动率，为艺人同期商业合作最热话题

高粉丝  
互动

发布会微博互动量

150W

发布会微博互动率

21.22%







## PHASE TWO

## 建立业务首城心智， 赋能定制车新品类

借势发布会高热度，通过创意营销，  
为业务首城长沙进行心智预热，  
赋能定制车新品类

- 悬念创意户外，预告全城引关注
- 创意快闪店吸引网红打卡，强力塑造品牌年轻形象
- 潮流快闪成线上网红打卡热区，吸引长沙全城青昧

# 悬念创意户外，预告长沙全城引关注

全城冒出疑问的眼睛：是什么如此引人注目？

11月17日，Teaser上线



全城告知：滴滴发布定制网约车D1即将登陆长沙

11月18-23日，Answer上线



引发全城关注

围观群众纷纷拍照





# 创意快闪店吸引网红打卡，强力塑造品牌年轻形象

设置高颜值、有趣的展项环节，吸引年轻人体验



接驾灯【追梦的引航灯】



趣味外观【大眼睛萌宠】



电滑门【开启每一次美好生活的门】



大空间【美好生活无限的想象力】



品牌区【发现美好生活】



惊喜区【礼品兑换站】





# 潮流快闪成线上网红打卡热区，吸引长沙全城青睐



业务首城快闪传播

# 长沙

## 本地热点新闻 发酵

### #滴滴定制网约车即将登陆长沙#



## 掀起 全网热门关注

### #见过最惊艳的出场方式#



上榜娱乐榜热搜  
TOP 36

## 获赞成本

超额完成



0.15元

D1项目

0.3元

行业平均水平



## 本地事件发酵 上升抖音实时热点新闻

TOP2 同城热搜

超额完成

#滴滴定制网约车即将登陆长沙#  
#网红自备红毯参加潮流展#



## 网红打卡笔记 成功登上长沙看展热门推荐 前六屏推荐流被收录7篇

小红书

#滴滴定制网约车即将登陆长沙#

超额完成





核心战果

大出行人群D1认知建立，成功拔高出行心智



# 曝光高效达成，成功打透定制车业务城市心智

## 声量上涨

项目期间

D1微信，微博指数均出现大幅度增长，广告传播效果明显。

为D1品牌带来认知度提升；

同时也带动了消费者对滴滴母品牌的品牌关注升级。



### 信息透传高效，全网讨论频次最高内容与预期一致



与D1相关的全部信息，提及频次最高的是：

**长沙、网约车、定制**

(11.14-1120)





THANKS