一汽丰田官方账号运营案例

- **品牌名称：**一汽丰田
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2022.08-今
- **参选类别：**汽车及交通运输类

后疫情时代的经济环境

政策频出，持续刺激车市，汽车行业“大变局”，品牌厂商的“求变困局”。

随着经济下行压力不断加大、疫情对汽车消费市场冲击影响，消费者购车需求释放受阻，终端市场表现疲软，供给端节奏放缓，为汽车市场稳定运行带来较大压力。

11月，汽车产销略显疲弱，环比、同比均呈现下降，下行趋势明显，总体表现不及预期。其中，乘用车产销环比下降7%以上，同比亦呈现一定幅度下降；商用车继续低位徘徊，同比呈现两位数下滑；新能源汽车产销和汽车出口继续延续良好态势。

当前，汽车行业批发端增速放缓，国内终端市场增长乏力，汽车市场整体承压明显，消费潜力释放不及预期。我国汽车产业正处于转型升级关键窗口期，消费市场的平稳健康对推动产业高质量发展至关重要。我们建议，[illegible]优惠政策及地方相关促消费[illegible]发展，助力经济平稳运行。

- **中共中央政治局召开会议。定调明年经济工作：大力提振市场信心。**
- **国家卫健委发布优化落实疫情防控“新十条”，并得到各地积极响应和落实。**
- **财政部：提前下达2023年新能源汽车及充电设施补贴预算**
  - 通知显示，2023年涉及30个地区节能减排补助资金预算共189.93亿元，其中新能源汽车推广应用补助资金167.8亿元。
- **工信部、发改委、国资委联合印发《关于巩固回升向好趋势加力振作工业经济的通知》**
  - 提及进一步扩大汽车消费，稳定新能源汽车等工业产品出口，统筹推动汽车芯片推广应用、技术攻关、产能提升，推动新能源汽车产业高质量可持续发展等内容。
- **工信部、市场监管总局发布《关于做好锂离子电池产业链供应链协同发展工作的通知》**
  - 严查锂电产业上下游囤积居奇、哄抬价格、不当竞争等行为。
- **房地产政策拐点已经出现**
  - 11月以来，中央出台多项楼市利好政策缓解企业资金压力，央行、银保监会及证监会等多部门“三箭齐发”稳楼市，有助于稳经济、稳就业、防风险。

*数据来源：中国汽车工业协会

新能源车冲击传统能源车下行

背景（行业向）：中国政府多年来对众多新能源车企带动市场增长的大力支持、汽车厂商对车辆造型设计和以顾客为导向的科技功能的高度关注以及新能源车企产品上市速度的不断加快，中国汽车厂商将在未来几年成为全球汽车行业的主导力量；一汽丰田等合资企业汽车销量在2023均呈不同程度下降。

*数据参考图

*数据来源：中国汽车工业协会

目标：通过入驻新媒体社交平台，产出创意内容扩大品牌声量，下沉年轻市场，收获潜客，促进销售转化。

把握社交媒体3.0时代

深化社媒矩阵、多元化创新内容形式，多触点应用传播手段，与用户开展长期关系主义，链接情感占据用户心智。

提升用户思维满足用户所需

深挖用户社交关系裂变价值，自打传播品牌口碑。

借力3K媒体营销矩阵

搭建“超级用户+车型种草+流量扶持+IP人设”矩阵，打透年轻群体场景营销链路，聚合媒体资源锁定核心用户群、刷新品牌/产品认知，助推转化。

建立年轻化用户沟通生态

建立以“IP+超级用户+直播间+社群管理”综合打法的传播生态链，实现用户价值裂变，加强线索留资、提升GMV等指标。

B 站特征：玩梗至上、内容为王年轻化用户聚集地

TA们除了看汽车相关内容外，还看以下分区游走

影视/综艺	运动/健身	电影/音乐	科技/数码	美食/旅游
49.6%	47.3%	44.1%	43.7%	43.3%

B 站作为中国年轻世代高度聚集的文化社区和视频网站，圈层文化丰富，年轻用户占比高，对视频内容进行了细致分区，激励细分领域创作者产生内容，官号可以根据Z世代潜客喜好画像产出垂类内容，辐射更多圈层，下沉年轻市场。

*数据来源2023第一季度哔哩哔哩汽车营销白皮书

打认知

贴合B站主流分区/微博热门话题，围绕车型与Yota深度绑定，打造一丰B站/微博兴趣内容圈，营造一丰破圈体验。

笼好感

联手UP主/博主和IP合作创作圈层兴趣内容，在现有基础上深化栏目/话题打造高频节奏的内容形式，击穿用户好感。

超长情

打造一丰主题圈层活动，为圈层用户创造长情感知，通过建立回馈和奖励机制，实现账号粉丝增长。

方向1：原创内容&活动

①原创内容可优化，热点话题向博文量有提升空间

②用户联动&官号联动方式有待丰富 → KOC合作&蓝V合作

方向2：留资线索

①留资入口&方式较少 → 开设微博小店/B站橱窗

②留资利好分配及开奖路径可优化

方向3：社群运营

①粉丝群较为活跃但讨论的内容不太受控

②粉丝群福利发放形式有待完善

→ 需精细化运营社群
开展粉丝群活动

用原创内容热度拉动粉丝增长从而促进私域转化和销售

原创内容&活动

以原创内容&活动吸引用户，
引导用户留资或沉淀至私域社群中。

留资线索

重视线索收集

社群运营

加强私域运营
培养品牌铁粉

账号搭建→基础运营→深度运营

「内容为基」

用B站/微博语言切入产品痛点，渗透强化用户认知打捞内容地基；

「内容有料」

高能内容栏目聚合叠加koc产能影响，更易实现内容破圈。

「视觉沟通」

发挥设计语言，制造适用平台风格的“强感知卖点”，可视化表达内容核心。

「事件+跨界营销」

通过车型、创意形式和品牌于一体，制造事件点，引爆流行，唤醒新老粉丝，激增粉丝增长。

「内容场景」

看车/买车/玩车/学车/用车刚性需求全场景渗透；精细化内容场景供养，重点占据用户心智；

「弹幕有招」

搭配「抽奖」，「投票」，「引导」，「互动」多类组合方式，让弹幕量激增，产生联想引共鸣。

「垂直赛道+泛兴趣组合」

用户兴趣、内容风格多元标签化，借力热门赛道通过原创、二创产出内容，拓展多流量入口。

「数据投放」

播放&阅读/收藏/点赞，评论质量多个指标进行检测给予投放策略参考，快速沉淀内容资产，提效粉丝增长。

跨圈传播打法

兴趣圈层锚定 → 圈层用户转化 → 均投扩量 → 创意内容联想 → 兴趣圈层锚定

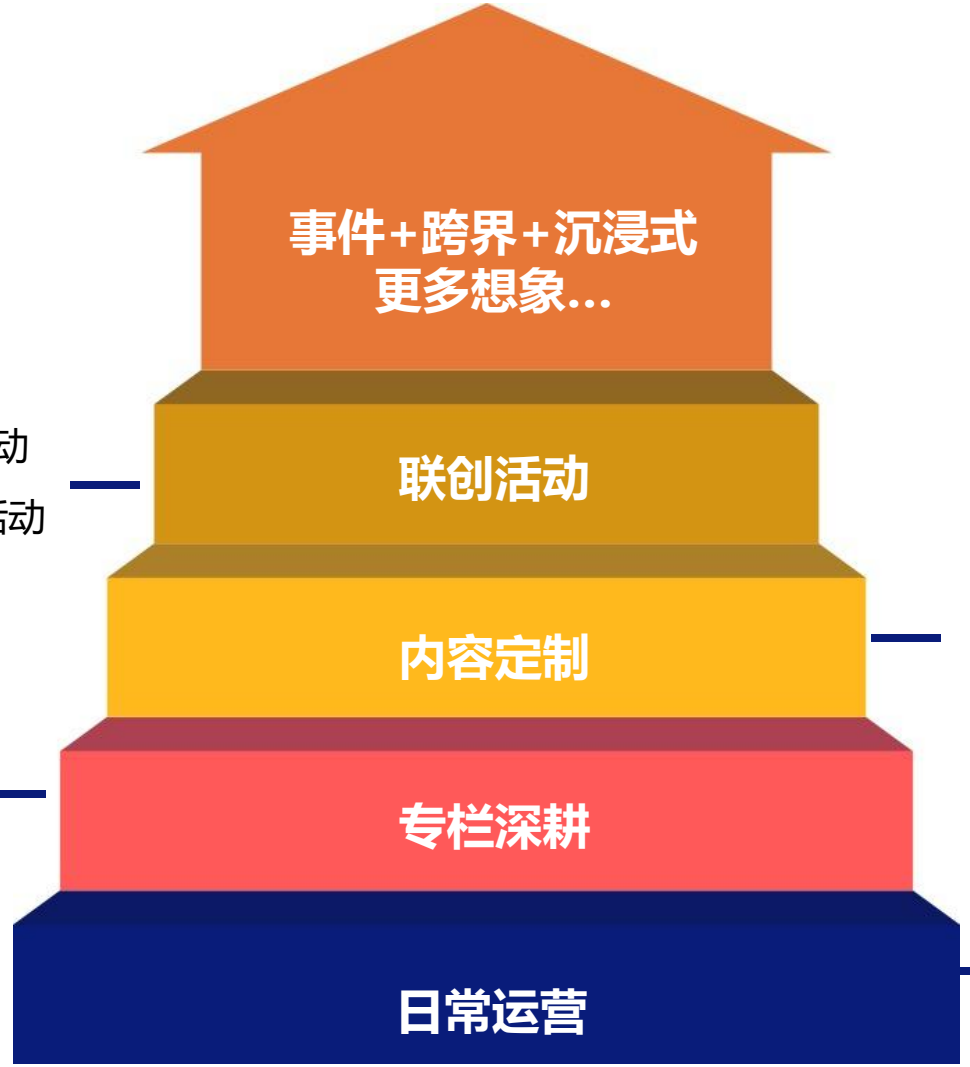
兴趣击穿打法

腰尾koc铺量 → 垂类内容产出 → 放量扩充 → 集中收割收粉 → 腰尾koc铺量

场景拓展打法

需求场景拆分 → 针对性内容覆盖 → 圈定放量 → 各场景内留粉 → 需求场景拆分

洞察&策略



跨平台直播　4S店联动
up主/博主联动　跨界活动

连携发布　紧跟热点
UP主动漫　Yota专题
实拍实景　动画二剪

B站做合集
微博持续为原创话题输出内容

运营规划　数据监测
评论管理　内容爆产
竞调分析　动态活动

紧跟站内热点制作原创内容，结合用户利好活动扩大品牌曝光，收割潜在客户。

【标签-美食】

一汽丰田官方微博 6.1万 推广
7-20 16:00 来自 微博网页版 已编辑

Yota酱全网找代吃喽！#抽奖#
每人推荐一种好吃的家乡美食给我吧！v你50~你先替我吃！

【关+转评赞】揪一位幸运的宝子送你50元京东e卡！#丰狂星期四##不可辜负的美食# 抽奖详情

81 109 79

根据粉丝画像进行原创产出，内容量均高于原创博文平均阅读量。

一汽丰田官方微博 12.9万 推广
7-13 18:00 来自 微博网页版

#毕业季#当然要出去玩呀！#抽奖#

Yota酱最近看到好多宝子在晒#毕业旅行#的照片，表示真的很羡慕！
【关+转赞评】此条微博晒出你的自驾游照片，Yota酱会随机揪一位幸运的宝子送出【200元京东e卡*1】快来参与吧！！让我也有一个全是美照的评论区！#丰狂星期四##新RAV4荣放#

68 78 72

【标签-旅行】

【话题-丰狂星期四】

一汽丰田官方微博 8261 推广
7-27 18:00 来自 微博网页版

#丰狂星期四#到！Yota酱来给粉丝宝子们送礼物喽

为了感谢一路以来支持我们滴粉丝宝子们~Yota决定在7月31日，为粉丝互动榜TOP3，分别送出【50元京东e卡*1】！
粉丝群内活跃度前三的宝子还有额外奖励哦~可以分别获得【100元京东e卡*1】！

Yota酱的这波福利怎么样呀？还不赶快加入粉丝 ... 展开

新建#丰狂宠粉日#，延续#丰狂星期四#话题，以粉丝福利为主，此类微博互动量均较高。

一汽丰田官方微博 14.1万 推广
7-21 14:28 来自 微博网页版 已编辑

Yota酱来送福利喽！#抽奖#
今天没来#BW2023#现场和我一起玩的宝子们不要遗憾~Yota我来给大家送车模啦！！
考大家眼力的时间到喽~快来猜猜下图是哪款车模吧！
【关+转评赞】告诉Yota你的答案是什么~揪一位幸运的宝子送同款原厂车模一个！#丰狂宠粉日# 抽奖详情

67 152 60

【话题-丰狂宠粉日】

【政策汇总-鼓励留资】

一汽丰田官方微博 2.1万 推广
7-24 11:15 来自 微博网页版

滴滴！Yota酱这里有一份【七月惊喜购车政策】等待你的签收哦~
快戳海报来了解一下吧！
ps：点击链接 网页链接 预约试驾，获取更多福利哦！

5 2 17

月度购车优惠汇总博文鼓励留资，

结合站内热点发布相关图文。

一汽丰田官方微博 1.3万 推广
6-7 17:00 来自 微博网页版 已编辑

#高考#第一天顺利结束~考生们明天也要加油呀！祝大家开门红~#祝福高考#

1 评论 4

【营销热点-站内热搜】

持续为原创话题输入内容，话题阅读量累计500w+。

#丰狂星期四#

话题总览

435.2万	3303	1.1万	53
阅读量	讨论量	互动量	原创量

#大家丰范儿#

话题总览

26.2万	86	283	15
阅读量	讨论量	互动量	原创量

#丰狂宠粉日#

话题总览

59.1万	664	2867	9
阅读量	讨论量	互动量	原创量

开启微博群，为一丰搭建新私域阵地，培养品牌铁粉。

【引导粉丝互动】

【为其他平台引流】

效果&反馈

翻牌站内优质UGC内容增加粉丝荣誉感，发起up主联合投稿增加品牌曝光度、和其他企业账号建联互动互相借力吸粉。

【翻牌koc】

【引导粉丝投稿】

【up合作联合投稿】

【蓝V联动】

效果&反馈

投票类原创成为小爆款博文

一汽丰田×发射小人，IP联动视频单条播放量10w+

丰富奖品类型，破圈吸粉

结合营销热点打造贴合B站调性的鬼畜视频，打造爆款视频

效果&反馈

围绕YOTA酱打造IP栏目及内容系列
深度捆绑圈层文化传递品牌价值理念

以B站为起点联动全域打造社会化事件
卷入用户参与触达品牌价值体验绑定好感

内容线

热点内容引发IP价值认同
阶段性主题加深人设认知

内 容 定 调 →

← 全面扩散

传播线

联动IP实现造梗策略
社交化聚焦品牌关注

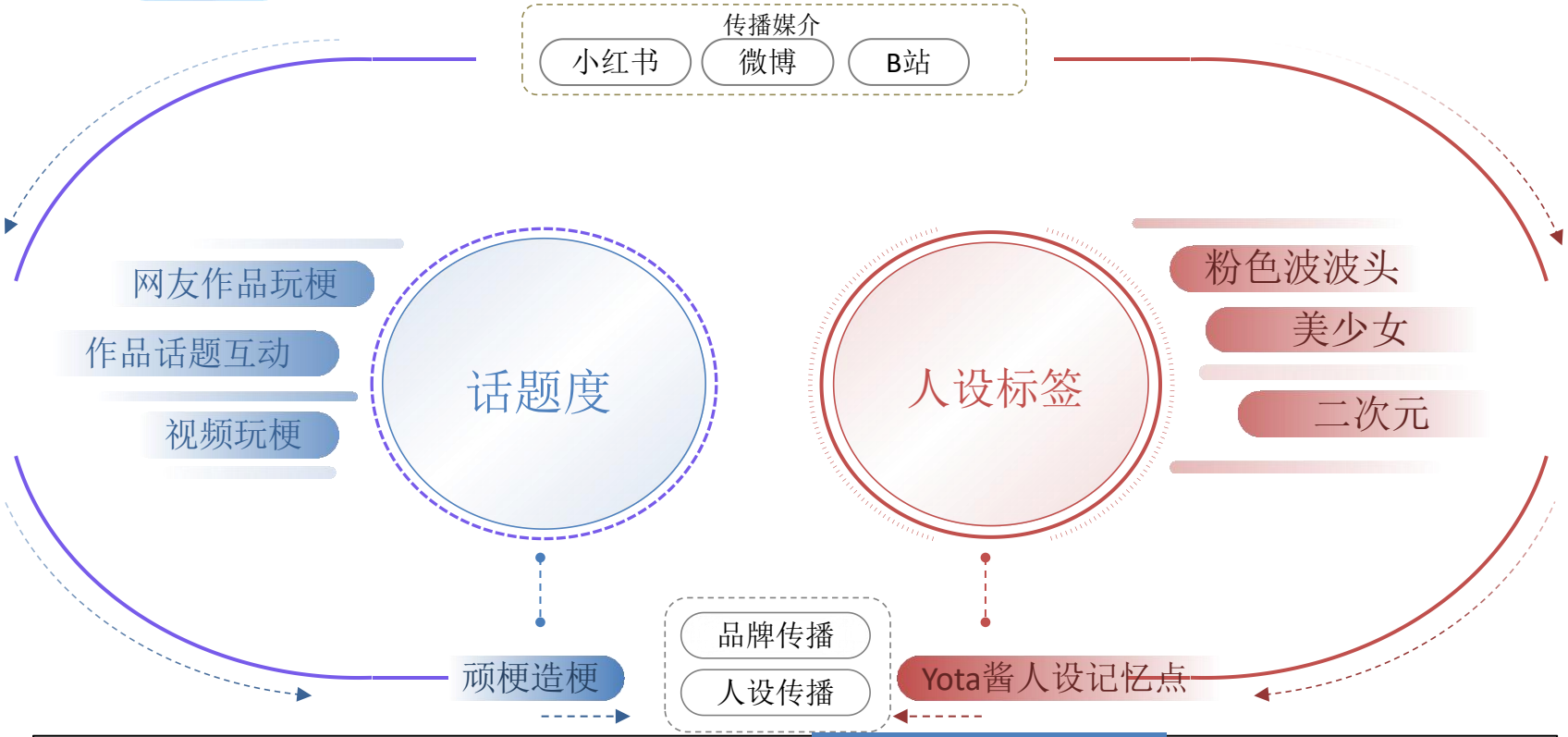
二次元人设

破圈之作

高频互动

持续出圈

效果&反馈



通过打造营销事件实现双平台联动，活动期间转化**涨粉3973人**，加强了从公到私的流量转化，涨粉效率大幅提升。

本次活动共计**收到作品107份**，产出原创B动态3条，视频2支，**话题互动6次。**

效果&反馈

通过更受B站用户欢迎的二次元专场直播，刺激B站涨粉，多平台转播联动，深化YOTA酱形象，直播二创视频传播效果也较佳。

Yota酱作为全新卡罗拉首席体验官，携手漫展神颜Coser与卡罗拉年轻会员们，

于**5月25日在B站**打造一场焕发青年活力的**破次元壁秀**，

以年轻人爱好跨界，用**舞台SHOW实力。**

Show出全新卡罗拉**未来、年轻、快乐**的新品牌态度。

其中尝试YOTA酱说车+车主车内体验 两部分协同抖音平台直播播出。

效果&反馈

运营期间B站微博各项数据均在稳步上升，根据各项数据会按季度调整运营策略。

增加原创内容占比 → 尝试up主/蓝V联动 → 视频栏目化
发布形式固定化 → 加入直播等其他形式 → 打造营销事件 → 精细化私域运营

效果&反馈

B站账号运营至今涨粉4w+，微博涨粉10w+，

超话排名上升至汽车类前100。

30亿

运营期间获得曝光约

效果&反馈

辅助发布亚洲龙相关微博，为新车上市造势，本次营销事件被微博”社会化营销案例库“收录，作为案例参考在站内展示。