

东风日产N7上市全媒介整合营销

- ◆ 品牌名称：东风日产
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输类
- ◆ 执行时间：2025.04.13-05.30
- ◆ 参选类别：汽车及交通运输类



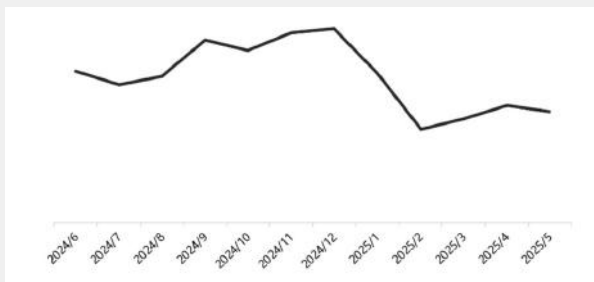


困局

中国车市正在经历三十年之大变局，以东风日产为代表的传统车企则面临更大的转型压力，处在变革中心急待寻求营销突破

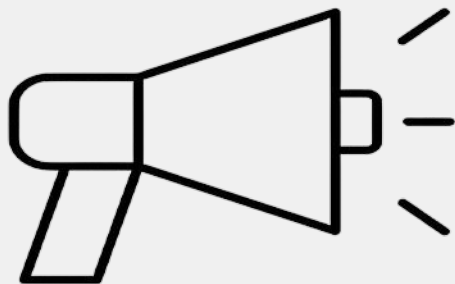
01 销量 待突破提升

在新能源渗透率不断提升的当下，日产仍以燃油车为销售主力，销量急需新能源增量



02 声量 需持续扩大

在全媒体协同时代，偏重单一的媒体平台难以实现声量的持续扩大，声量急需更大势能



03 线索 需提质提效

在数字和AI工具兴起的背景下，内容和线索的精细化运营成种草和线索的关键，急需提质提效





背景&目标

破局

推纯电车型N7，通过研究媒体+车主+竞品，打造声量组合最优+媒体经营最优+全新运营体系的标杆玩法，赋能品牌破局

深度研究各平台打法 确定平台新能源传播定位与价值

平台
商业特征

平台
算法逻辑

新能源
用户特性

新能源
车企内容

根据商业特征、算法逻辑、用户特征、车企内容四大维度研究

垂媒：聚合多维内容，冲击热度榜单

微博：海量话题内容，脉冲式话题热搜冲榜

字节：多重曝光+科学种草，链路完整高效转化

腾讯：黄金曝光+优质内容，人群渗透助力收割

小红书：K+FS内容种草为核心，破圈用户心智

深度调研车主触媒习惯 锁定N7上市核心传播矩阵

强曝光能力

强种草能力

强转化能力

Tencent 腾讯



根据车主使用各媒体平台的习惯调研

声量引爆
核心



话题热度
核心



新能源
增量机会



其他
社媒扩散



深度拆解竞品上市案例 确定上市声量最大化关键

启源A07

小鹏P7+

重点聚集抖音&垂媒，以明星大咖为主引爆上市声量，垂媒试驾硬核展现产品力

重点聚焦微博&抖音，以多个爆款话题+KOL优质内容，引爆新车上市声量

内容量	微博	抖音	腾讯	头条	小红书	B站	垂媒	快手
启源A07	3120	16374	1332	16122	2217	341	16341	414
小鹏P7+	21867	25486	3829	13600	21142	731	15574	220

根据竞品动作&竞品上市月内容量拆解

通过强话题体系媒体组合，结合运营动作紧抓传播时效，制造高热度话题+内容持续发酵新车热度

声量组合最优

媒体经营最优

全新运营体系



借势N7推陈出“新”，上市即上量 打赢东风日产的新能源转型之战

- 01 创新营销爆声量**
实现东风日产在全链营销“声量”的可持续引爆
- 02 建新机制积数量**
实现东风日产在目标人群“数量”的多圈层沉淀
- 03 革新运营助销量**
实现东风日产在纯电市场“销量”的强增长突破



洞察&创意

新能源后浪推前浪

日产需要掀起自己的破局之浪

东风日产N7-造浪营销计划

叠浪花
爆持续声量

行业贴热, IP引爆, 全媒冲榜

聚势能
积客数量

破圈内容, 工具协同, 线索提效

重回落
助产品销量

全员动员, 全链运营, 全域赋能



多频次贴热制造话题破声量局

低成本，借热度，打快战，多波热点话题持续炒作持续声量

亮相期

#合资新势力#

借势广州车展，分派别，造行业争议话题

预热期

#致敬这个电的时代#

借势联动小米SU7Ultra，蹭热点，拔价值

盲订期

#老外都惊叹的车竟然是N7#

借势上海车展，树立民族自信“中国造”

上市期

#何小鹏向东风日产取经#

借势高热车企领导何小鹏，营造上市话题

合资新“新势力”，东风日产N7打响合资反击战？



开着BBA提N7，合资友商及国产汽车品牌都惊呆了！





高权威IP & 多媒体冲榜破流量局

借IP, 全冲榜, 打大战, 央媒&社媒&垂媒势能叠加引爆流量

强势联手苏迪曼杯赛事, 同时联动6大媒体主战场冲榜, 以曝光最大化&声量最大化&效益长效化引爆N7上市传播声量

类别	项目	资源示意
品牌定制资源	品牌访谈	
	定制环节	
	二创素材	
赛事曝光资源	背景板	
	A板	
	展位	
赋能区域资源	车主观赛方阵	
	IP授权物料	
	周边产品	
	运动员礼品	
线上曝光资源	CCTV5硬广植入	
	央视频客户端资源	
明星车主资源	梁王组合明星权益	

6大媒体主战场

朋友圈、小红书、微博、抖音、视频号、快手

汽车热榜

1	日产N7	11.99-14.99万	1412510	标志占比
2	问界M9	46.98-54.98万	508596	排名下降

品牌热榜

1	日产	2,987万	3.38% ↑
2	比亚迪	2,696万	0.66% ↑
3	大众	2,458万	3.74% ↓
4	宝骏	2,441万	0.22% ↓

东风日产N7售价11.99万元起



IP 跨界 & 素材提效破人群留量局

由热点赛事到产品卖点，多圈层内容种草提效扩大人群开口

热点破圈种草

- 结合苏迪曼赛事破圈实实现人群关注

实时战报 热点捆绑吸睛
官方+经销商实时输出比赛战报



社媒赋能 话题运营种草
官方微博/小红书赛事相关话题互动

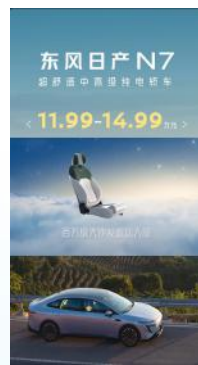


二创配合 多维内容引爆
官方+经销商+达人矩阵
借明星车主传递信息释放卖点



产品种草提效

- 结合工具做N7心智素材测试，研究用户兴趣点
- 分析高转化素材特点，赋能下波素材制作，引发用户共鸣



心智测试

高转化素材类型

人群包策调 & 工具协同破线索质量局

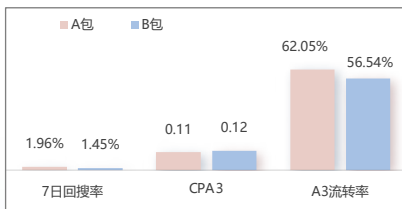
由人群包测试到工具协同，实现种草用户的高质高优积累

ABtest测试+动态调优 有效提升人群获取精准度

A包人群精准度**更高**

A包种草转化率**更优**

A包7日回搜率**更优**



人群包精准构建两步法

①本品+竞品兴趣人群=基础人群池

②基础人群池(A包) vs 线索人群画像(B包)
ABtest测效率→动态优化



合约+竞价动态组合种草 最大化提升人群获取效益

合约种草通
人群资产效益更优

竞价种草通
回搜效益更好

可短周期快速种草

可常态化积累种草

可集中投稳拿量
(上市/重要阶段)

提前布局提升回搜
(预热/长尾期)

聚焦官号大事/头部KOL

聚焦中腰部/KOC

多组合种草通效益对比，以视频内容区隔，前蓄后搜



全员参与 & 全域运营破销量局

全员动员、1+N+X全链全域运营，助力N7销量增长

1大央视媒体IP

苏迪曼赛事合作



6大媒体主战场

视频号、微博、小红书、抖音、朋友圈、快手



全员发动

东风日产全体员工

经销商体系

供应体系

全链路持续运营保流量

① 即时热点运营

每周运营精选日常话题，紧跟车型节奏露出内容，通过轻松、富有讨论性的话题进行用户互动与测试，精准聚焦，逐步将流量沉淀与N7车型深度绑定。

② 社媒加热扩散

配合内容传播节奏，为官方/经销商/达人与核心投资人/媒体账号等内容加热扩散
①盲订；②上海车展；③上市发布会；④交车仪式；⑤苏迪曼杯合作

③ 新媒体直播推流

紧跟发布会节奏直播推流及经销商短视频加热，增强观众参与感，助力产品信息高效传播，加速线索收集。

④ 舆情全时维护

利用智能化舆情监测平台，“机器+人工”并行，实现全域的舆情监测机制

全场域赋能终端提销量

① 激活保客，促进下订

- ①**保客触达**：通过APP社区/短信/电话/企微/等多种手段，触达社区活跃车主及机会保客；
- ②**保客邀约**：保客来店及试驾N7，抽取N7周边盲盒及送保养券；
- ③**保客晒单**：发布#N7 全民种草发声计划、#N7 预定晒单征集活动，引导粉丝扩散传播，引导预定客户晒单。

② 社媒资源，赋能终端

- ①**社媒KOS**：品牌自建“达人”矩阵，既是品牌销售，也是品牌专属专业博主，通过直播打破空间限制，助力门店经营辐射更远范围；
- ②**车主KOC试驾种草活动**：结合阳光关爱活动，邀约头部车主KOC深度试驾N7，进行创作和传播；
- ③**上市发布会车主活动**：邀请车主（含车主 KOC）亲临上市发布会，引导KOC进行内容创作和口碑传播。



效果&反馈

最快突破

万辆 大定

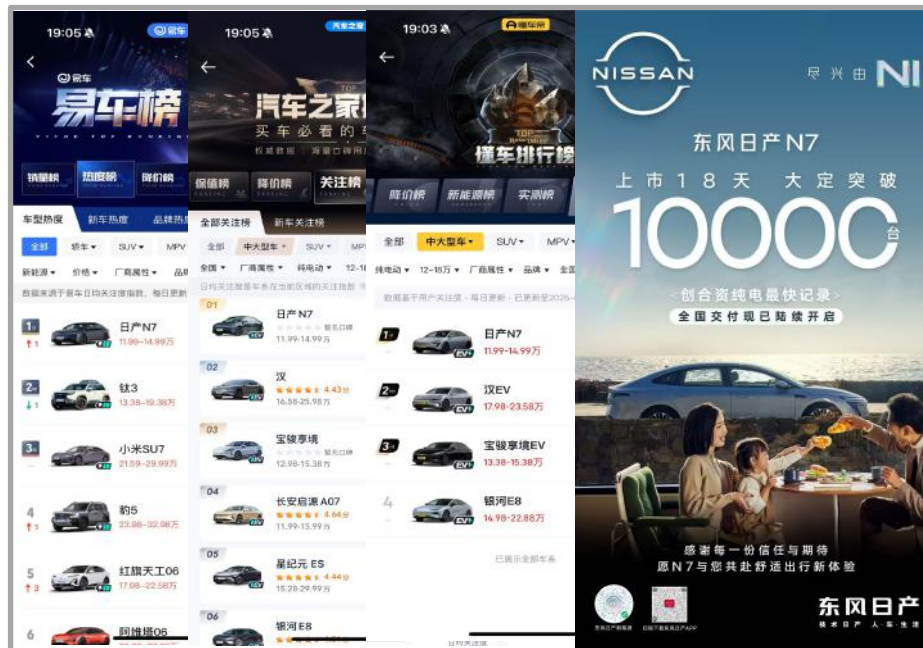
全网曝光

47亿+

微博爆款
5大话题

上市榜单
6大榜单

共创内容
400+条



对比本竞品上市阶段声量数据，全阶段由于竞品

本竞品上市前后90天声量对比

