

北京现代全国超级购整合创新营销

广告主：北京现代

所属行业：交通

执行时间：2019.06.01-08.15

参选类别：智能营销类

营销背景

行业发展背景：2019 年中国乘用车市场持续低迷，车企销量持续下滑，全年销量下降 7.4%，导致约 7 成车企线上营销活动需兼顾销售线索收集任务；同时投放追求性价比，强调落地及区域支持。

品牌营销背景：北现在 2018 年凭借 79 万辆的销量获得第 9 名，并取得了 0.7% 的微弱增长，2019 年致力重回百万俱乐部，面临巨大的销售压力，同时为了赢取年轻人的青睐不断尝试！

ix25、新名图、途胜是北京现代的三款主力销售车型，但是年中销售疲软，急需通过创新的沟通方式持续吸引年轻用户关注，实现销售提振！

营销困境挑战：如何探索全新沟通场景、实现口碑和销量的双重提升，真正达成品效合一，使本次传播面临的重大挑战！

营销目标

提升喜好！迎合年轻用户喜好，内容影响打赢品牌年轻化战役；

精准触达！直击潜客及竞品人群，提升触达及沟通效率；

销售提振！解决年中汽车销量回落痛点，直接拉动汽车销量提升；

赋能终端！将线上用户引流至线下，直接拉动到店赋能线下销售终端，形成全链路营销闭环。

策略与创意

策略：上游探索全新流量红利，创新短视频形式迎合年轻用户喜好，下游革新沟通方式以及全面赋能销售终端，探索全新销售转化链路，解决内容影响→高效触达→直联沟通→终端赋能全链路的营销转化问题，实现从上游流量蓄水到下游潜客高效收割的全新带货模式！

创意亮点：

1、内容影响，全新流量平台迎合年轻用户喜好，创造全新沟通场景

沉浸式体验互动短视频，以短小精悍的品牌主张和内容表现，不仅最大化降低了用户参与的负担和门槛，更以沉浸式的场景体验助力品牌认知和产品转化率的提升。

2、精准触达，狙击高潜用户提升触达效率

汇总腾讯多方数据能力的品效数据全链分析，结合 ocpa 的智能优化投放方式，实现精准竞品拦截及高潜用户触达，提升沟通效率。

3、短链提效，革新性潜客直联工具，0 时差沟通引领全新时代

电话回访接通难，时效性差，车企与用户都需要更便捷的沟通渠道，潜客直联让 C 端与 B 端最快捷建立联系，缩短沟通路径实现交易转化流失降低。

4、终端赋能，9 城经销商联动，打造全国超级购计划

选取九个城市的九家销售业绩较差的经销商门店，通过前期线上获客，引导到店参与线下特卖会活动，促进到店实现快速转化。

执行过程/媒体表现

第一阶段-沉浸式体验互动短视频，创造年轻用户喜欢的互动情境和全新转化平台

1、选取短视频内容形式，聚焦核心人群，紧抓紧抓“年轻男性拙于为女友挑选礼物”的普世性“送命题”，通过挖掘当年轻年男性痛点，以兼具互动、趣味和社会话题性的内容吸引大众眼球，迎合年轻消费者的主流内容喜好，花样展现北京现代的品牌魅力。

2、首支互动短视频，以短小精悍的品牌主张和内容表现，不仅最大化降低了用户参与的负担和门槛，更以沉浸式的场景体验助力品牌认知和产品转化率的提升，实现从曝光到转化的营销闭环。

3、此次合作不仅用年轻化的内容和社交传播语境向用户输出了北京现代活泼有趣的品牌形象，也在人群广泛触达、传播声量扩散、引流刺激留存等层面产生了很好的效果，与品牌共享互动短视频营销的流量红利。

北京现代胜达 X 微视首例互动短视频合作

沉浸式体验互动短视频，创造用户喜欢的互动情境和全新转化平台

背景：客户希望借由618重要促销节点，打破以往依靠价格优惠和金融政策的方式硬性招揽用户的方法，通过品牌内容情感触动进一步撬动意向用户购买意愿，完成促销

挑战：如何创造用户接受和喜欢的互动情境和方式，使用户乐于参与其中达成对品牌的认可，同时又不产生过多的门槛和用户动作环节，尽可能减少中间环节的流失达到促销目的



沉浸式互动体验

趣味互动短视频激发用户参与热情

趣味的互动短视频引导用户参与建立与消费者深度的沟通和连接



社交生态助力

原生视频卡片分享

腾讯社交生态和微视平台入口原生页分享，实现强曝光和高转化



全新转化平台

未来支持一键留资、领券券等

支持卡券、表单填写等方式成为一个新的收集leads 的流量平台

视频整体平均互动率高达**8.15%**，多入口、强触达、高转化 全方位扩散品牌影响力

第二阶段-ocpm 智能投放工具，精准潜客狙击提升触达效率，让曝光更贴近交易！

汇总腾讯多方数据能力的品效数据全链分析，结合 ocpa 的智能优化投放方式，实现精准竞品拦截及高潜用户触达，提升沟通效率。

第三阶段-潜客直联工具行业首发，0 时差沟通引领沟通全新时代

- 1、随着时代发展，电话已经不是最直接的沟通方式，微信通知的客户满意度高于电话通知的客户满意度 20%，潜客直联工具顺应时代变化，以小程序为核心打造移动互联网时代高效潜客沟通工具。
- 2、让 C 端与 B 端最快捷建立联系，缩短沟通路径实现交易转化流失降低，抓住消费者转瞬即逝的消费冲动，0 时差沟通大幅度提升沟通及转化效率。
- 3、LBS 智能分配及反向唤醒功能，让成交的可能性最大化。



北京现代 & 潜客直联合作 零时差沟通缩短转化链路，提升沟通效率

挑战 & 背景：电话已经不是最直接的沟通方式，微信通知更符合当先消费者习惯。如何迎合消费者洞察，帮助品牌构建全新沟通平台，缩短转化链路降低潜客流失率？

解决方案：基于腾讯营销与服务生态，以微信小程序作为核心沟通工具，帮助车企直接联动4S店销售与点击广告的潜在购车用户，以最简单的“营销-销售”链路实现线上广告与线下销售的衔接，提升线索响应速度与销售成功率

CPR: 273元

真实成交: 105辆

触达 >>>

oCPM 智能优化投放
精准捕捉决策期潜客



通过多层广告定向筛选意向客户：
1.曾经关注/搜索过目标车型本竞品人群；
2.通过OCPM模型进行广告投放；

沟通 >>>

LBS+手机号授权智能分配经销商门店
一键直联抓住关键转化期



进入小程序后授权LBS位置服务及手机号
LBS智能分配经销商门店，一键呼起4S店销售顾问
快速响应+高效沟通提升关键决策期的转化效率

复盘 >>>

数据化图表化复盘，全责明晰到店到人
有的放矢提升销售能力



用户沟通记录统一管理留存
整理各片区、各门店、各销售的响应速度及销售话术
责任明晰到人整体数据复盘提升后续销售质量

第四阶段-9 城经销商全面赋能计划，授人以渔让销售终端全面升级

选取九个城市的九家销售业绩较差的经销商门店，通过前期线上获客，引导到店参与线下特卖会活动，促进到店实现快速转化，特卖会共计实现成交 400+台，同时带动激活经销商自有线索 7000+人。

北京现代9城超级购计划

经销商全面赋能+线下特卖会



23

营销效果与市场反馈

营销效果

潜客直联共计带来近万条有效线索，促成近 6000 名意向消费者直面销售顾问互动交流，最终转化 100+ 台车。

特卖会共计实现成交 400+ 台（其中 70 名消费者未曾在厂家留资，是全新转化用户），同时带动激活经销商自有线索近万人。

传播与影响

互动短视频首发，获得 70+ 业界大号的自发传播转发，产出 7+ 篇原创文章。

潜客直联工具首发，获得汽车行业的高度关注，已经作为一种成功模式进行推广合作。