

## 小米×奔腾跨界众筹，解锁上车攻略

广告主：一汽奔腾

所属行业：汽车

执行时间：2019.07.25-08.04

参选类别：电商营销类

### 营销背景

2018 年，小米公司与一汽奔腾展开快应用（免下载 APP）领域的第一次商业化合作，共同为用户创造有价值的互联网生态运营体系。2019 年 4 月小米 9 周年米粉节期间，奔腾召开 T77 米粉定制版上市发布会，为米粉打造专属量产车型，这也是小米旗下的人工智能服务平台小爱同学首次量产车型上市。

### 营销目标

- 1、加强一汽奔腾品牌的科技属性，使一汽奔腾品牌理念深入米粉客群。
- 2、促进新款车型在米粉群体中扩大声量，捕捉精准购车潜客。
- 3、帮助一汽奔腾拓展营销推广模式和电商场景下的全新获客渠道。

### 策略与创意

#### 【电商洞察】

**小米有品特色栏目—小米众筹**：小米有品是小米旗下精品电商。小米众筹作为小米有品的特色栏目，以预售的形式给用户带来新奇酷的产品体验，还可以在一定程度上了解用户对于产品的需求和喜爱程度，帮助品牌主决策。

#### 【策略创意】

**产品层面**——定制版车型契合米粉对黑科技的热爱属性。

**营销层面**——发挥小米优质电商渠道“小米有品”的优势，首次开拓汽车品类电商众筹，帮助一汽奔腾拓展直接面向米粉的营销推广模式和电商场景下的全新获客渠道，形成营销闭环。

### 执行过程/媒体表现

案例视频：<https://v.qq.com/x/page/i30632uotvl.html>

## 1、小爱“上车”，推出全球首款全息影像 AI 语音助手定制车型

米粉定制版奔腾 T77 把 AI 小爱同学“请上车”，提供 3D 全息影像系统，支持语音交互和视觉互动，让米粉在路上也能与小爱同学“玩”在一起；结合物联网技术，在行车过程中也可以远程控制小米智能家居。



## 2、新车众筹上线，开拓有品电商营销众筹新品类

7月25日，米粉定制版奔腾 T77 在“小米有品”众筹区重磅上线，这是小米有品第一次在汽车品类进行商品众筹，用户可选择 2 种参与方式（订金支持或一元支持）。



众筹活动页

商品详情页

### 3、AI 导流 “一句话的事儿”

**小爱同学跳转快应用，一句话的事儿：**通过小米手机 AI 语音助手小爱同学资源提问功能引导、问答卡片下方功能引导，吸引用户参与众筹活动。



### 4、小米特色快应用强势引流，助力有品众筹

众筹期间，一汽奔腾快应用上线“一键购车”功能，支持一键跳转有品电商众筹详情页，助力米粉定制版奔腾 T77 销售。



### 5、媒介整合齐“上车”

通过 MIUI 资源 APP 开屏通报、信息流通报和奔腾快应用为众筹活动做推广，同时微博多个粉丝百万级大 V 转发众筹活动，扩大活动声势，吸引更多科技圈用户参与众筹活动。

## 营销效果与市场反馈

### 1、成功众筹新车 285 辆！开拓全新销售渠道

奔腾 T77 米粉定制版众筹活动是小米有品成立以来第一次在汽车品类商品众筹，开启了全新的汽车新零售模式。

### 2、获得超高用户口碑，提升品牌好感度

众筹详情页共曝光 600w+次，众筹活动获得了米粉的一致好评。有品的生活态度及黑科技产品特性丰富了一汽奔腾的品牌形象，在米粉群体中形成了全新的品牌影响力。

### 3、树立汽车行业电商营销标杆

米粉定制版奔腾 T77 共量产 1000 台，其中通过有品电商渠道售出的数量超总台数 1/4，为今后汽车行业电商营销提供了蓝本。