

吉利缤瑞 “领潮玩乐季” 跨界联合营销

广告主：吉利

所属行业：汽车

执行时间：2019.09.11-09.30

参选类别：跨界营销及 IP 应用类

营销背景

一、营销背景：

在吉利年轻化战略的大背景下，缤瑞以潮流运动风和叫板 BBA(宝马 BMW 奔驰 BENZ 奥迪 AUDI) 的高颜值 C 位出道，作为吉利明星轿车系列“颜值王”，“缤”意味着缤纷带感的新势生活，“瑞”意味着敢为天下先的意志，为年轻新势力而生，8-9 月新车上市之际亟需吸引年轻消费人群关注。

吉利缤瑞作为一款以年轻人为主要消费群体的专属座驾，如何了解新势年轻族群的生活喜好并打动 TA？如何以缤瑞领潮生活的理念激发 TA 的共鸣，在上市之际打造缤瑞“年轻人首选车”的品牌感知？

二、营销洞察：

美团点评聚集众多年轻粉丝群体，通过平台社交互动大流量的优势，洞察到网红经济火热，年轻新势力喜欢并敢于尝试新鲜事物，对生活炽热、对潮流好奇、愿意探索和体验新鲜的吃喝玩乐。在美团点评上 TA 的生活轨迹趋于多元化，在食玩住行高频消费上更加倾向于种草网红餐厅，享受潮流玩乐，打卡充满新鲜感和惊喜的网红热门景点。

营销目标

1. 联合网红属性进行品牌曝光

面向 90 后目标用户，大范围与网红元素跨界联合进行品牌曝光，将吉利缤瑞时尚潮流的品牌定位深入消费者内心，培养品牌忠诚度，提升潜在购车意向。

2. 食车生活的潮流理念深入人心

打造 1+1 > 2 的话题口碑与社交爆点，破圈植入年轻人追捧的潮流生活方式，打破线上曝光与线下体验的断层，与消费者在真实生活场景中互动，建立品牌信任感，为销售转化铺平道路。

策略与创意

一、营销策略：

1、玩转平台“Food+汽车”跨界场景营销，锁定潮玩年轻人

美团点评拥有庞大的年轻用户群体，他们爱吃爱玩，追求时尚。美团点评帮助吉利缤瑞创造“Food+汽车”跨界场景营销模式，建立品牌与用户生活场景的关联，在平台用户中精准挖掘潜在购车客群。

2、多元化网红潮流场景跨界沟通，线上线下联动深化品牌形象

吉利缤瑞借助美团点评跨界聚合网红餐厅、都市玩乐、潮流民宿场景，通过线上线下联动，提升品牌领潮认知，在年轻群体中深化食车生活的潮流时尚理念。

3、紧贴节日时机，跨界网红素描餐厅，打造主题快闪体验

美团点评洞悉，恰逢中秋小长假，以领潮生活圈层中年轻人最爱的网红餐厅为标杆，打造食车跨界体验营销。通过实景网红元素打造潮流时尚的视觉盛宴，利用年轻人追求精致唯美的消费环境与时尚的潮流生活方式的心态，将网红潮流元素融入吉利缤瑞品牌信息亮点，加深年轻人对吉利缤瑞的认同感。

二、创意亮点：

1、洞悉网红时尚 跨界联合网红店引爆点

美团点评洞悉年轻人喜爱潮流文化的网红时尚，精选杭州景区网红榜 top1 的素描网红店作为跨界首选，在人流密集的空间场景大幅度曝光吉利缤瑞时尚潮流的特点，跨界营销传播，深化品牌认知，倡导时尚潮流的精致生活理念。

2、打造“Food+汽车”场景 增强跨界体验互动

美团点评为吉利缤瑞打造“Food+汽车”的跨界场景营销，吉利缤瑞搭载“美团点评品牌季吃喝玩乐盛典”打造吉利缤瑞领潮玩乐季，食车生活线上线下多方位强强联合，营造更具吸引力的平台生活，必吃、必玩、必住的跨界整合，共同打造玩乐季大事件。

3、结合线上线下联动 深入用户心智

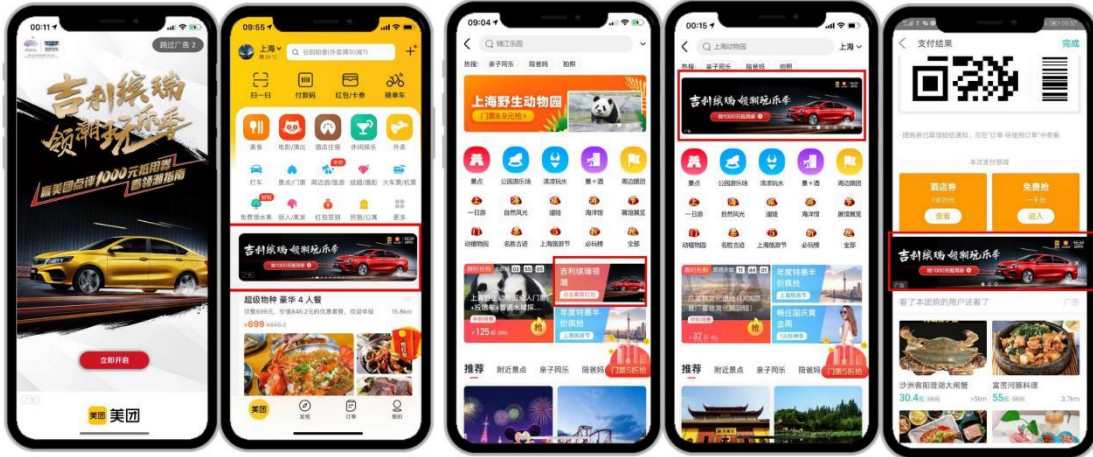
①线上：优质媒介矩阵配合 H5 专题互动营造玩乐季场景话题，制造营销爆点、节日热点，结合场景体验传递缤瑞城市生活潮流态度的产品认知；

②线下：跨界主题快闪店，融入时尚元素实景打造缤瑞领潮食府，强化互动体验提升品牌形象。

执行过程/媒体表现

一、线上“Food+汽车”场景覆盖 挖掘超反差沟通契机

1、线上优质资源覆盖，美团 APP 开屏页首页、美团周边游场景等广告位展现，抢占用户第一视觉。



2、覆盖 APP 消费路径，点评 APP 首页信息流推荐，点评必系列/必吃榜资源 banner 位，交易页广告位曝光，曝光触达整个消费路径。



3、平台媒介矩阵配合传播，点评 APP 场景化投放商户页地图导航，在导航中曝光品牌卡片，另有点评搜索页热门关键词推荐，多范围触达用户实现加深印象。



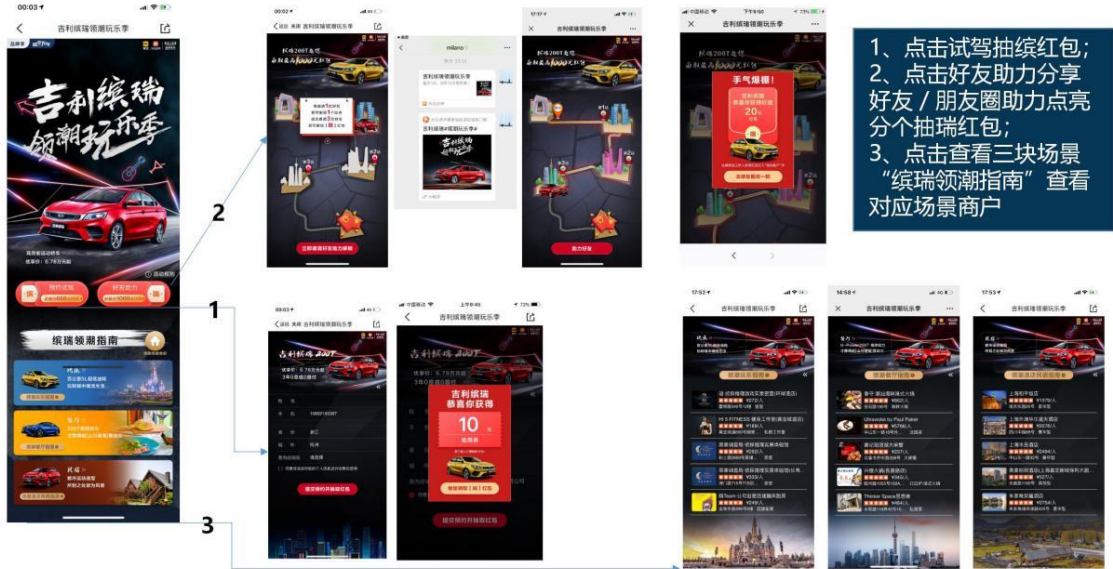
商户页地图导航 - 出行场景

点评热搜词 - 吉利缤瑞

点评热搜词 - 缤瑞领潮指南

点评热搜词 - 缤瑞领潮食府

4、品牌 H5 专题页，在 H5 中点击试驾抽取【缤】红包，再点击好友助力分解锁点亮并领取【瑞】红包，红包可直接在平台商户中抵扣使用。针对玩乐、餐厅、民宿三大生活场景，涉及几十家线下商户，可查看“缤瑞领潮指南”，培养用户在平台中主动搜索的习惯，加深用户食车生活的理念认知。



二、网红场景亮点让跨界合作不止于联名

1、“Food+汽车”场景营销，跨界打造线下“缤瑞领潮食府”线下快闪店，落于杭州景区网红榜top1的素描餐厅，配有预热海报、线上店铺、小视频宣传以及定位导航，创新的主题活动呈现形式。

缤瑞领潮食府 - 超级快闪店

线下跨界落地杭州景区网红榜 top1-素描餐厅
时间：2019年9月14日 限时1天



预热海报告知活动



缤瑞超级快闪店



打开大众点评定位杭州
搜“缤瑞领潮食府”视频播放



2、城市网红店打卡成年轻人潮流之选。缤瑞融入网红素描店，提升缤瑞品牌形象和潮流格调，美团植入缤瑞元素跨界体验提升品牌关怀。



3、品牌背景墙打卡，参与定制“缤瑞月饼”现场互动；网红等位区打卡抽奖送定制周边礼品；网红等位区互动抓娃娃+限量代金券.....



4、活动充满缤瑞定制元素，缤瑞理念融入素描网红必吃菜，创意跨界植入，极受用户欢迎。



5、现场美团礼品×缤瑞周边礼品限量提供，美团礼品吃喝玩乐系列首次联合品牌，限量提供活动周边礼品，提升活动参与度增加互动性。



三、二次传播提升产品感知快速攻占用户心智

美团点评千人千面的算法下，优质点评原生 UGC 沉淀，触达精准人群直推首页推荐位，形成二次曝光，品牌传播互动持续发酵。



营销效果与市场反馈

一、营销效果：

- 1、线上广告投放：总曝光 7.34 亿人次，总点击量为 596 万人次，收集销售线索近万个，线上互动共计派发上万张美团点评抵用券为品牌福利。
- 2、H5 落地页分享：线上发起组团数 357 万人，其中成功组团 82 万组，产生二次曝光触达 246 万人次。
- 3、领潮食府快闪店：美团礼品吃喝玩乐系列首次联合品牌，限量提供活动周边礼品，当日现场派发覆盖近 800 人次。
- 4、点评 KOL 到店点评：10 位点评达人到店体验，精准触达杭州本地消费者 7497 人次，线上曝光浏览量为 58,938，收获点赞 228 个。

二、市场反馈：

美团点评打造的本次跨界联合无论在品牌声量还是人气热度，皆是获得了极优质的口碑反馈。不仅为商户带来线下客流与消费，也帮助吉利缤瑞打造场景覆盖曝光，提升汽车功能信息亮点的认知与口碑。美团的礼品首次联名定制限量周边加强互动，高额权益互动，极大程度增加了品牌好感度。

美团点评联合素描网红店跨界与吉利缤瑞品牌定制权益作为消费者的互动沟通契机，跳出汽车营销惯有思路，联合美团点评生活类平台通过打造营销爆点、贴合节日时机与场景体验，成功脱颖而出占领消费者的心智，最终传递“缤瑞城市潮流生活态度”的产品感知获得营销爆点与口碑双赢。