

捷豹路虎品牌 APP 日常运营

广告主: 捷豹路虎 (中国) 投资有限公司

所属行业: 汽车行业

执行时间: 2019.05.01-12.01

参选类别: 移动营销类-互动类

营销背景

身为全球汽车领域的知名品牌, 捷豹路虎的拥趸用户体量庞大, 为了与尊贵且个性迥异的车主们建立“亲密关系”, 品牌 APP 迎来了一次焕新升级并命名为捷豹+/路虎+ APP。

作为特立独行的一个群体, 捷豹路虎的用户拥有品牌认可度高、平台留存低、粉丝粘性差的属性, 所以对于团队而言这是一场全新的“攻坚战”。

营销目标

凝聚老车主、吸引新车主、提升到店率, 通过用户的车辆绑定进行官方数据管理为车主带来更贴心的服务。

策略与创意

IP 化打造的创意亮点: 将每月 20 日打造成车主专享日, 针对车主推出送礼活动或互动游戏, 提高用户的绑车率及用户粘性以及车主的专属感。

分层式运营策略: 通过用户在 APP 注册的不同阶段自上而下的划分成“车主 KOL、资深车主、活跃用户/车主、APP 注册用户/车主, 关注用户/粉丝”5 个等级, 并通过重点内容及服务投入, 挖掘核心用户价值。

执行过程/媒体表现

一、每月 20 日【车主专享日】IP 打造。

项目描述: 将 20 日作为一个标识, 每月为用户打造一个线上线下的互动性捷豹路虎 APP 的专属节日。通过【前期预热】-【现场活动直播/互动】-【后续发酵】, 提升用户粘性。每月引导用户, 使其将 20 日与捷豹路虎品牌形成一个惯性思维, 从而打造【车主专享日】IP。

7 月 20 日, 首次推出捷豹路虎【车主专享日】IP 概念。

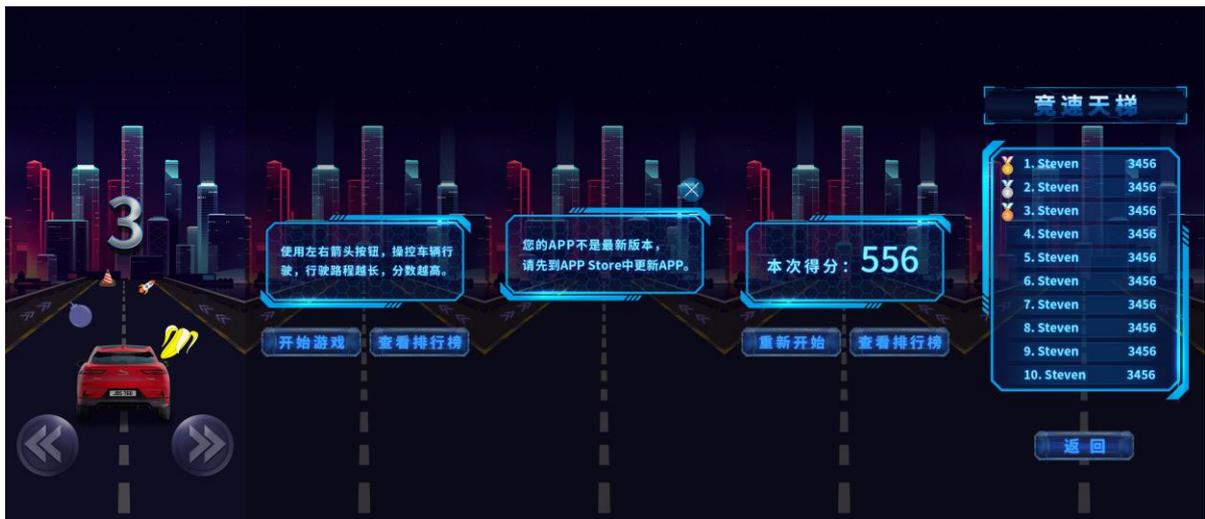
携手线下 4S 店开展“车主课堂”, 邀请主播在 APP 上同步直播。结合后续互动游戏, 形成线上线

下联动，首次推出捷豹路虎【车主专享日】IP 概念。【活动链接】<http://suo.im/6mc3Sh>

前期预热	现场直播/互动	后续发酵
<p>7月20日主播小姐姐邀你加入夏日车主课堂</p>  <p>2462</p>	<p>车主专享日 和主播小姐姐一起体验车主课堂</p>  <p>下午1点 直播间等你</p> <p>3094</p>	<p>车主专享日 看完直播不过瘾? 快来开宝箱</p>  <p>2428</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. 发文预热，提前告知车主活动 2. 提前发送 SMS 短信，告知专享日活动，并提醒更新 APP。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活动当日上午发送站内外消息，再次提醒用户。 2. 下午现场直播/互动 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 当天活动结束，站内外消息预告晚间 APP 送福利。 2. 后续活动上线，持续互动

8 月，进一步加强【车主专享日】推广，重投入，吸引用户交互。

20 日当天设计了一款赛车小游戏，在线实时展示排名，刺激车主多次参与，排名前三的用户获得游戏大奖。【活动链接】<http://suo.im/67aeoV>



同时，专享日后续的猜价大侦探活动，在规定时间内竞猜价格与惊喜价最接近的车主，可用积分等价兑换该礼品。此次活动总用户回复量为 2019 年度发布内容中回复数最高。【活动链接】<http://suo.im/5vuTMh>



8月27日-30日，

每日不同惊喜好礼等你来猜，
在评论区留下你竞猜的价格，
规定时间内，第一位竞猜价和惊喜价最接近的车主，
即可以惊喜价的同等积分购入该礼品，
快来比一比谁才是猜价大侦探吧。

捷豹拆信刀



惊喜价:

2 ? ?

本轮竞猜时间：8/27 18:00-8/28 18:00，

本轮竞猜仅限首次评论有效，
请确保拥有相应积分才能兑换哟。
详细规则请滑动至文章最下方查看。



惊喜价:

5 ? ?

明天猜价大侦探究竟花落谁家？
敬请期待。

年底【车主专享日】Plus，在时间上扩大辐射范围，为车主注入一剂“强心针”。

11 月的车主专享日安排车主挑选颜色拆盲盒，为临近年底的工作日增添一份节日气息。



在 12 月底最火热的圣诞节邀请车主一同庆祝，送上捷豹路虎诚挚的祝福和礼物。



年底抢占内部限量资源，设计 2020 福利大放送日历，为 APP 用户谋福利。



二、热点节日的趣味互动。

项目描述：结合热点，设计简易操作但不乏趣味性的互动活动来回馈用户，收到 APP 用户的热情参与与回复。结合用户感兴趣的【趣味游戏】、【UGC 投稿】、【幸运竞猜】等形式，通过把控时间截点掀起多次高潮，提升用户粘性，也同时提升 APP 的活跃度。

案例一：为什么我的月亮比你圆？

利用中秋节日热点，与用户互动画月亮，并在最后生成一张专属的中秋祝福海报。其中，活动暗藏惊喜，每天会有一个锦鲤海报产生，即为中奖用户。活动发布 24 小时内，活动的阅读数捷豹达 1536，路虎 2036。【活动链接】<http://suo.im/6eFREa>



案例二：今年长假我要你，听我的！

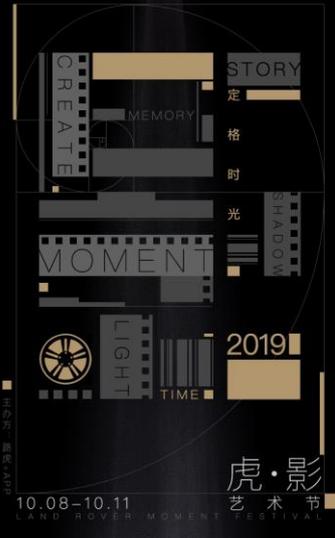
结合国庆节发布的交互式 H5 活动，通过点击 Button 开启国庆关键词的方式鼓励用户参与交互，刺激用户好奇心，本次活动阅读量为捷豹 1213，路虎 2157。交互机制简单易上手，用户重复交互提高粘性；不同的未知关键词为自己的国庆定义，引发用户共鸣，刺激二次传播。【活动链接】<http://suo.im/66p5K4>



案例三：第一届豹/虎影艺术节正式开幕

该文章为 JLR 开展的首届艺术节，旨在征集车主们的出游照片，满足了用户晒图分享的乐趣，有利于将 APP 打造成车主们交流互动的场所，更期望将此打造成一年一度捷豹路虎 APP 用户交流互动的一个盛大节日；本次活动总阅读量为 3,878，共收集 64 张用户晒图。【活动链接】

<http://suo.im/66pZrQ>



10.08-10.11
LAND ROVER MOMENT FESTIVAL

虎·影
艺术节

首届虎影艺术节正式开幕
分享与路虎的时光故事，角逐「虎影奖」
入围即可获得路虎+APP C位展示
以及路虎barbour系列渐变色围巾一份
还有限量定制惊喜 等你拿

与路虎一起
捕捉时光里的
每一帧美好

■ 征稿时间：
2019年10月8日-10月11日

■ 参与方式：

- 征稿期间，在本篇文章下留言晒图，和小虎分享 您与路虎的时光故事，
#爱旅行，爱生活#、#和路虎的重要时刻#、
#带着喵/汪去兜风#、#宝贝，陪你一起长大#、
#国庆趣事#；
- 官方甄选5位入围车主的时光故事进行线上图文C位展示，车主还可获得路虎barbour系列渐变色围巾一份，更有定制惊喜好礼；
- 投稿内容要求真实，且图片不少于3张，文字不低于50字，在网络中复制他人拍摄照片及文字将不予入选；
- 如有视频或较大素材内容可投稿至官方邮箱：
customer_app@lmss.jaguarlandrover.cn

案例四：双十一，精彩+1

结合双十一的热度，搞一场捷豹路虎 APP 的秒杀活动，倡导“积分当钱花”引导用户使用积分。整个活动通过秒杀时间的把控，拉长了用户在线时长，持续维持活动的活跃度；并针对性的为活动设置门槛，彰显捷豹路虎会员等级的优势。结合短信推广，此次活动在 24 小时内阅读数共达 3,897。

【活动链接】<http://suo.im/5YTIvz>



双11, 精彩+1
· 超低积分抢兑心选好物 ·

捷豹+6场精品抢兑活动，
将贴心为大家安排在**12日10点**错峰开场。
双11狂欢+1，你准备好热情升级了吗？

活动倒计时
距离 **10点场** 抢兑活动开始仅剩
00 时 **00** 分 **00** 秒

积分速增锦囊 我的积分: 12345

查看规则详情 ▶

10点场
大水花门票1张(北京地区)
抢兑价: **99** 积分
— 限量 4 件 — **立即兑换**

11点场
捷豹拆信刀
抢兑价: **399** 积分
— 限量 5 件 — **11:00准时开抢**

12点场
捷豹F-Type V8-S 1:43车模
抢兑价: **599** 积分
— 限量 3 件 — **12:00准时开抢**

18点场
捷豹传承系列皮带
抢兑价: **799** 积分
— 限量 2 件 — **18:00准时开抢**

19点场
捷豹男士XKSS拉链衫
抢兑价: **999** 积分
— 限量 1 件 — **19:00准时开抢**

20点场
捷豹真皮洗漱包
抢兑价: **1599** 积分
— 限量 1 件 — **20:00准时开抢**

营销效果与市场反馈

APP 月活数: 捷豹路虎 APP 在今年 5 月更新后, 从 12% 的月活跃度提升至目前近 50% 的月活跃度;

新注册用户数: 自 5 月捷豹路虎新版 APP 上线起至 12 月 31 日, 新增注册用户近 10 万, 对比 5 月前累计用户数增幅达 66.48%; 目前累积总用户已接近 24 万人;

新绑车用户数: 5 月以来新增绑车用户近 8 万, 对比 5 月前累计绑车数增幅达 78.78%; 绑车用户数近 20 万, 占总用户数的 74.17%。