

精质生活，面面俱到，北京现代玩转移动营销

广告主：北京现代

所属行业：汽车行业

执行时间：2019.08.14-11.30

参选类别：移动营销类-展示类

营销背景

北京现代领动新车上市活动以时尚、年轻、运动为卖点，针对于不同类型的人群，确保广告内容与用户产生良好的化学反应，可以占有市场的一席之地对传播精准设定条件及技术定向是一个很大的挑战。另外，市场上已经有很多同质化的竞品并且已经占有了一定的地位，因此背书式的营销方法无法吸引更多的消费者。

如何筛选目标人群画像，匹配得出目标人群白名单，分析目标人群的兴趣爱好以及浏览特征，挑选目标人群浏览量较高的 APP 进行广告投放？如何结合推广过程中的优惠活动，多次向目标人群展示，并加入互动元素，引起用户兴趣，增加品牌的有效曝光度？如何持续加深品牌记忆力，对目标客户进行深度影响，完成用户的引流？对北京现代来说，这都是非常关键的营销“困扰点”。

营销目标

推广目标 1：

通过移动网络平台进行有效传播，向目标用户准确传达北京现代领动的时尚、年轻、运动和高配置，增加北京现代领动的曝光度。

推广目标 2：

提升北京现代领动精准广告点击率及转化率，刺激受众购买，提升本款汽车的市场份额，提高在同质商品中的竞争力。

策略与创意

基于数据报告和数据库统计，重塑目标人群生活形态。抓住目标人群行为特征，还原目标人群触媒场景，定制多版素材将车型亮点完整抵达，直击目标消费者，减少传播损耗。结合节假日营销场景，以北京现代领动属性为 H5 核心信息，达成集客目标，完成传播任务。



1、目标人群画像输出

通过分析北京现代领动的核心竞品,进行目标人群画像洞察。通过 ROBO 平台,洞察目标人群机型、地域、触媒时段等基础行为,记录目标人群的浏览、搜索、阅读等浏览特征,分析目标人群喜好,得出完整的目标人群画像,保障投放过程有据可依。

2、媒介策略制定

ROBO 平台聚合超过 20 万+移动应用 APP,能够准确的还原用户触媒场景,与媒体深度合作,完成核心人群覆盖,减少传播损耗。通过目标人群洞察筛选出受众接受度较高或者喜好度较高的 APP 应用,选取优质流量,其中包括财经、汽车、休闲、科技等多种类型,对品牌进行全方位全网曝光,有效覆盖目标人群,使投放更加精准,减少广告流量浪费。

3、多维度优化二次投放

在第一次投放之后,ROBO 平台会分析第一次投放数据分析,建设目标人群白名单然后根据反馈进行二次多维度优化投放,保障投放过程更加精准,有效提高目标人群到达率,提高广告转化率。

执行过程/媒体表现

领动插电混动,双芯精明智选座驾

1、设计多种规格素材来满足人群的各种需求,锁定目标客户群,并适当延伸受众范围,选择产品

受众广泛关注的 APP，深入挖掘目标人群和北京现代领动的品牌契合点。覆盖全媒体对品牌进行全网曝光；

项目执行-投放截图



儿歌多多



PP视频



手机电视

2、根据客户反馈数据进行多维度优化，使投放人群和媒体更加精准，有效提高品牌曝光率和转化率

3、另外设计的 H5 落地页面全方位的展示了北京现代领动的优势与特点，帮助用户了解汽车。在合理的范围内多频次进行广告投放，进行品牌的多次曝光，持续加深用户品牌的记忆力，吸引目标人群留资

项目执行-素材及落地页



素材页面



推广落地页面

在项目执行过程中全程采用多维度定向手段与权威的第三方监测，其中包括秒针等，全方位权威检测保证投放过程真实无虚假，投放结果更加具有说服力。

营销效果与市场反馈

营销效果：通过 ROBO 平台的智能投放，结合多维度优化二次投放，在成本满足预期的前提下，超额完成点击 7.0%，超额完成曝光 2.65%；

市场反馈：对北京现代而言，在保持成本稳定的基础上，实现了有效销售线索的大幅度提升，此次投放坚定了北京现代精准营销的信心，表示今后会继续增加预算提升行业知名度。