

曝光再营销！阿里助力雪佛兰“一镜到底”3倍高效展现

广告主：雪佛兰

所属行业：汽车

执行时间：2019.11

参选类别：创新营销类

营销背景

根据 2019 年中汽协公布的 10 月销量数据显示：10 月份中国汽车产销量分别为 229.5 万辆和 228.4 万辆，较 2018 年同期分别下滑 1.7% 和 4%。至此，中国汽车市场已经连续 16 个月销量同比下滑。

但从市场饱和度来看，中国汽车行业仍处于普及期，人均汽车保有量相较于欧美及日本发达国家相比仍有较大的差距，刚需依然存在。

汽车营销早已步入智能营销时代，消费者触媒渠道与消费决策发生很大变化，大刀阔斧的广告投放方式在当前的市场环境下“走不通”，车企要如何进行营销智能化升级，化压力为动力，创造逆势增长？

营销目标

- 1、提升活动声量，提高消费者选择意愿度。
- 2、深入触达核心用户人群，降低潜在兴趣人群流失率。
- 3、为雪佛兰“双十一”活动造势，网罗海量关注。

策略与创意

一、数据互通打造消费场景，用户锁定快速触达。

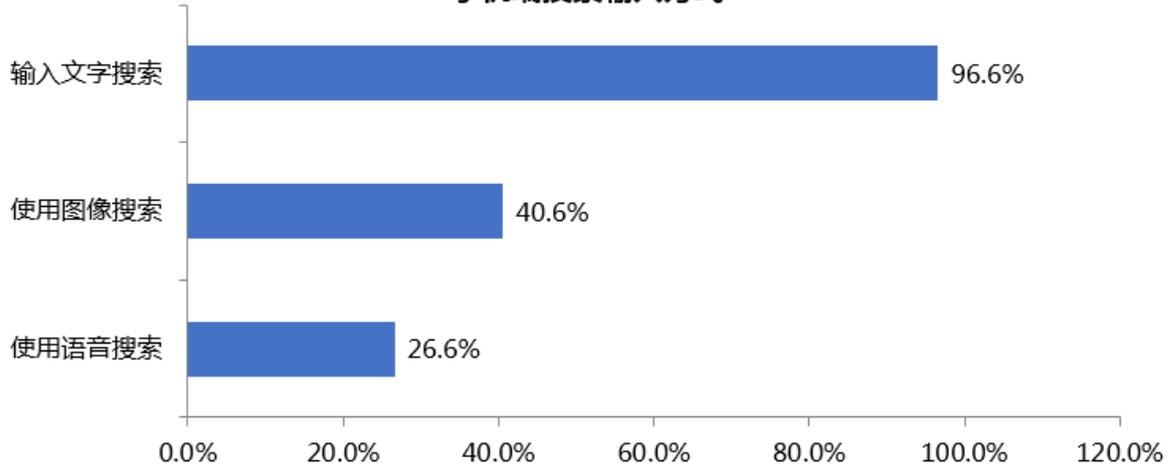
阿里创新业务事业群智能营销平台依托阿里集团多端大数据及服务能力，实现全媒体、全渠道、全消费者生命周期的数据连通，帮助汽车品牌熟悉市场营销环境的同时，精准定向核心人群，展开“最懂消费者”的营销。



二、探究移动互联网用户惯性行为的力量。

文字是当前用户使用搜索引擎的主要输入方式，数据显示，用户在使用搜索引擎时，通过输入文字进行搜索的比例达 96.6%。故此，将文字搜索输入习惯与搜索营销产品创新融合，将打开品牌营销的新大门！

手机端搜索输入方式

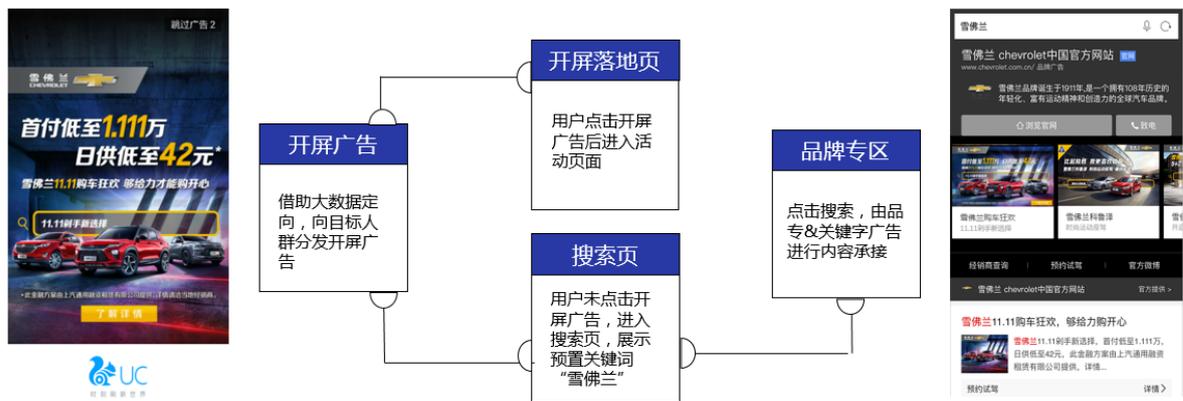


数据来源：CNNIC 中国网民搜索引擎使用情况调查

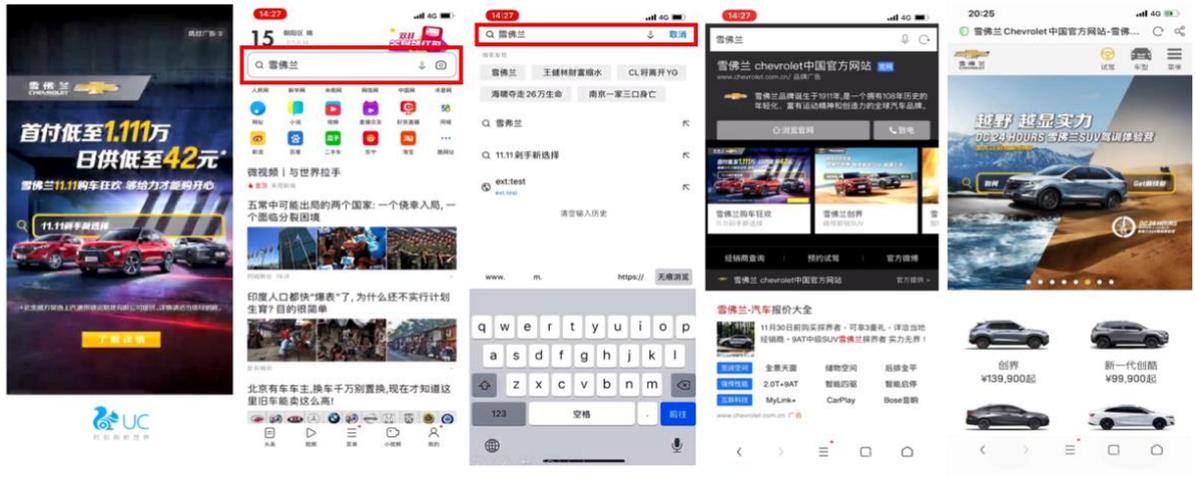
三、行业首创“一镜到底”模式，打造曝光再营销。

阿里创新业务事业群智能营销平台依托阿里集团多端大数据及服务能力，在雪佛兰双十一活动之际，智能营销平台充分发挥其精准的定位技术，对核心人群拓展不同的覆盖策略，**打造行业首创开放“预置搜索框默认词”的“一镜到底”投放模式**，大幅减少信息干扰及流量流失，帮助雪佛兰迅速建立品牌认知，将品牌开屏效益最大化。

执行过程/媒体表现



借助阿里创新业务事业群智能营销平台大数据，**精准定向雪佛兰核心人群，通过开屏 + 搜索框默认词，选择一镜到底投放方式，全方位触达目标用户**，即使目标人群未点击开屏广告，也可对其进行二次追踪营销。运用雪佛兰品专进行搜索承接，牢牢抓住用户眼球。



当用户未点击开屏广告时，系统依然会向这部分人群展现搜索框默认词，无需用户键入任何文字，即可一键执行搜索，直达品牌专区，进一步减少信息干扰及流量流失，迅速建立品牌认知，将品牌开屏效益最大化，进而保障品牌效果转化。

营销效果与市场反馈

成功达到雪佛兰提升活动声量，提高消费者选择意愿度，深入触达核心用户人群，降低潜在兴趣人群流失率，为“双十一”活动造势，网罗海量关注的营销目标。

开屏+搜索框全方位触达目标用户，成功实现开屏流量再营销，**搜索框曝光量达 49.6 万次**，带动雪佛兰品专流量上涨 **268%**，为雪佛兰双十一活动强势引流。

