

# MINI



- **所属行业:** 汽车行业
- **参选类别:** 数字营销最具影响力品牌





- 新车上市是汽车品牌维持活力、竞争力和推动增长的关键策略。随着用户触媒习惯的转变，社媒已成为链接用户、获取汽车信息及下订的主要渠道，尤其是直播电商的兴起，显著改变了汽车线上营销布局。
- 与此同时，消费者&车主话语权崛起，为品牌释放「超级影响力」，驱动销售增长。**2024年7月，全新MINI COOPER上市，亟待通过社媒营销风暴快速提升曝光与认知，扩大A3用户基盘，为A4线索转化打下坚实流量基础。**
- MINI COOPER对比同级别品牌新车上市晚，且面对竞争激烈的市场环境，亟待强化攻势，重回标杆地位.....**如何借助新媒体的力量和优势让MINI COOPER快速追击，乘势突破，重新吸引中国年轻用户，是MINI品牌面临的全新挑战。**



全新MINI COOPER车型



全新MINI COOPER上市现场



## 精准撬动400万A3人群，实现品效销三重升级

- **从0-1打造“MINI官方直播间”新账号：**为全新车型开启专属账号，用于日常短视频内容种草+直播拔草，和用户关系更亲密.....
- **60天不间断传播持续种草引流：**打造MINI COOPER高效直播间，主要围绕新车颜值+品牌基因种草，持续提升品牌影响力，提升销量转化。
- **百家门店KOB赋能：**针对MINI门店KOB进行运营赋能，前期有效引流预热市场，将产品卖点高频触达，深化品牌印象，后期有效承接线索扩流量。
- **KOC/KOL最大化放大品牌声量：**借助广交好友展示更多可玩性，获得用户好感实现破圈，强化品牌以及车型价值，夯实用户口碑，打造用户生态。





## • 线索经营“量、质合一”，打造抖音种收一体全链路闭环

构建集种草与收割于一体的种收营销生态系统，基于多渠道方式打造抖音获客闭环体系，实现有效的引流和销售转化，助力品牌扩散。

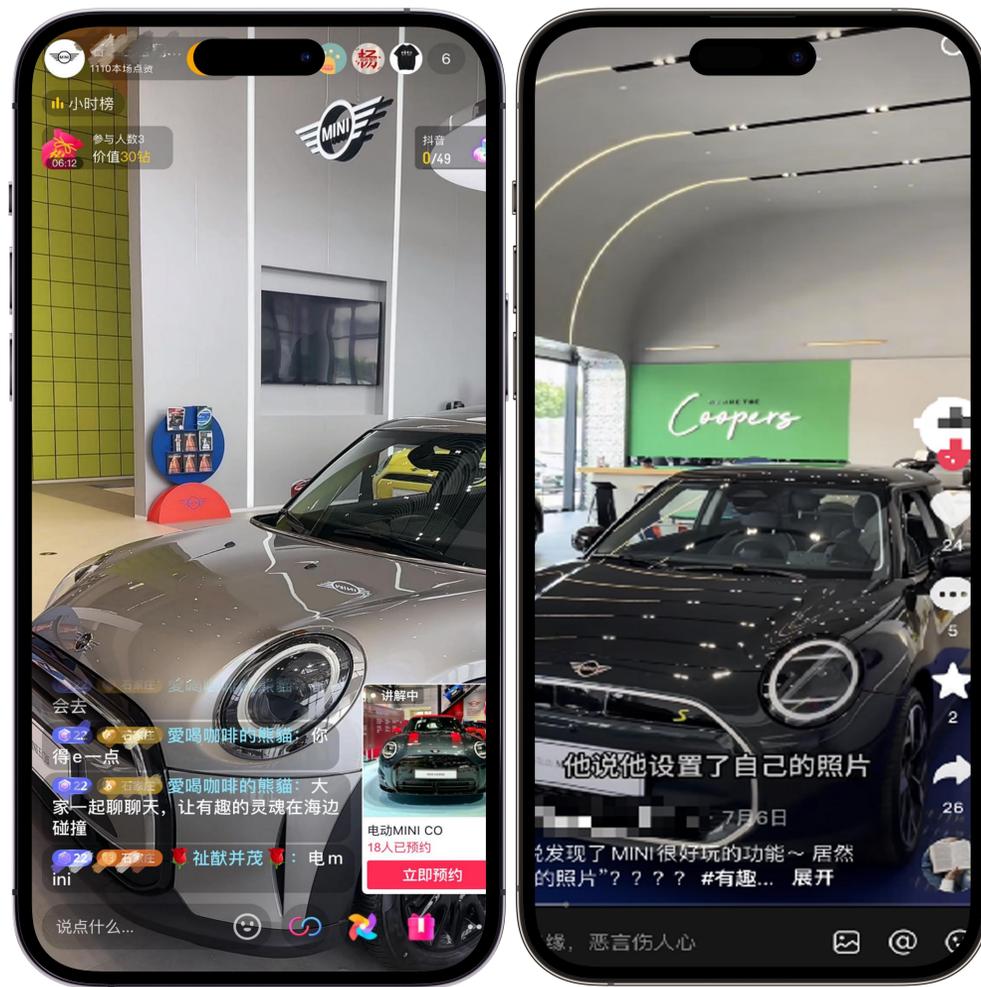


“种草→收割→转化→承接” 种收一体全链路



## 升级官方+经销商营销生态，实现全渠道融合 与品牌提升

- 赋能4大区100家门店，深化渠道运营策略，提升门店运营能力，实现区域市场协同发展，助力品牌全面增长。
- 搭建KOB矩阵管理机制，围绕短直涨流获客能力重点培训，常态化提升运营能力、及运营习惯。
- 超90%经销商参与MINI COOPER新车上市运营传播，协同打造强大市场声势，全面放大品牌影响力，助力MINI COOPER上市热销。
- 官方引领，渠道协同，双重合力爆发，实现1+1 > 2的营销转化。





## • 创新应用AIGC视频工具，实现内容生产新突破

### 编导

- 爆款洞察
- 多场景AI脚本

### 拍摄

- 线下拍摄
- AI文生图/视频

### 剪辑

- 智能量产
- 智能切片

### 投放

- 一键分发
- 实时监控

### 管理

- 爆款视频追踪
- 全局数据管理

生成素材产品结合度高  
根据品牌要求定制化内容

结合平台热点事件&热点BGM  
生成营销传播内容

一次性生成大批量素材且数据较高  
高效进行品牌传播

共计素材发布条数1K+，总曝光90w+，总互动1.4w+，单条曝光最高12W+，成片重复率低于30%



## • 微博曝光破亿，深度拓展社媒平台传播影响力，广泛辐射目标用户群

话题持续发酵，跨圈层热议不断，深化市场种草与曝光，巩固品牌车型价值，MINI COOPER品牌影响力全面爆发，快速出圈成焦点。

21:07 4G 42%

### 汽车热榜

热搜 热门车 大V 高管 销量 竞争力

数据每30分钟更新 按热度

1	全新电动MINICOOPER	722956	热
2	理想智能驾驶夏季发布会	716004	热搜
3	比亚迪泰国工厂竣工	19948	热
4	特斯拉进入江苏省政府用车采购目录		热
5	比亚迪第500万辆新能源车下线		热
6	你买车会一步到位吗		热
7	保时捷发毒车主自嘲不想要了	3961	热搜
8	宝马称将坚守传统燃油车根基	3409	
9	为什么越来越多人买越野车	2937	
10	车企是否该少用隐藏式门把手	2327	
11	通用汽车近600万放超标	2222	
12	专家建议空调费平台司机乘客分担	1966	
13	长安生华高都推出自动驾驶车型		

汽车热榜第1名  
在榜时间超72h

### 微博热搜

新鲜、热门、有料

我的 热搜 文娱 北京 要闻 更多

实时热点，每分钟更新一次

10	爸爸回应孩子们组成流水线帮忙...	425866	
11	何捷叫张馨予胖子	424116	
12	裴文宣死得很惨但想得很美	420743	
13	韩国发生超千名师生集体食物中毒...	350278	
14	十个勤天北京	314263	
15	恋与深空	309719	
16	湖南遇险牺牲的抗洪干部年仅3...	285089	
17	男主人意外去宠物狗痛哭	260064	
18	731部队曾向常德投撒36公...	254690	
19	MINI发布会	233739	

### 同城热搜

我的 热搜 文娱 北京 要闻 更多

当前城市: 北京 点击切换 >

NO.1	北京 85% 中小学将建成智慧校园	同城热度 6654   @清流视频
NO.2	北京的文化输出已经nextlevel了	同城热度 6585   @有趣的清梦视频
NO.3	萌兰马术第一名	同城热度 6464   @农民频道
NO.4	北大清华开放暑期预约参观	同城热度 6372   @澎湃新闻
NO.5	清华大学本周六起对外开放暑期参观	同城热度 6088   @铁骥视频科技频道
NO.6	7月13日起清华校园对外开放	同城热度 6069   @每日经济新闻
NO.7	清华大学2024年暑期校园参观管理通告	同城热度 6010   @铁骥视频科技频道
NO.8	首批无人车上路监测空气质量	同城热度 5973   @铁骥视频科技频道

### 同城热搜

我的 热搜 文娱 秦皇岛 要闻 更多

当前城市: 秦皇岛 点击切换 >

NO.1	我的梦中情岗原来在秦皇岛	同城热度 7164   @有趣的清梦视频
NO.2	两人一身泥进了洗车店	同城热度 6083   @石家庄全攻略
NO.3	从9点到12点	
NO.4	为什么来河北上大学	
NO.5	女子提醒车主锁车结果把交警摇来了	同城热度 5980   @白鲸新闻
NO.6	河北赵成龙身高三尺德高万丈	同城热度 5808
NO.7	河北退休人员养老金上调	同城热度 5664   @纵览新闻
NO.8	河北4市企事业单位招聘公告	同城热度 5603   @新浪河北

秦皇岛热搜榜第1名  
在榜超24小时

### 汽车热榜

热搜 热门车 大V 高管 销量 竞争力

车系热度 实时 价格 级别 燃料类型 厂商

基于新浪汽车大数据系统的实时统计，反映出车系的热度。

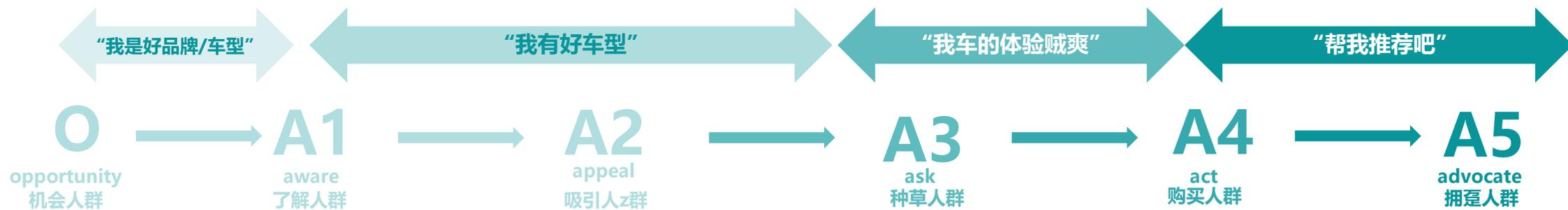
1	享界S9	预售45.00-55.00万	1818454	排名走势 >
享界S9静态评测首发				
2	问界M9	46.98-56.98万	214687	排名走势 >
小米SU7 汽车热榜第6名 在榜时间超48h				
ZEEKR 007 排名走势 >				
5	理想L7	30.18-35.98万	131208	排名走势 >
6	MINI COOPER 电动	18.98-26.68万	110759	排名走势 >
7	CX1F	未上市	95282	排名走势 >
8	Model Y	24.99-35.49万	92037	排名走势 >



营销策略

“大品牌公关” + “用户口碑生态营销” 双轨运营

消费者&车主话语权崛起，为品牌释放「超级影响力」，赋能销售增量



全面压强社媒重点渠道，进行全链路、全场景运营，实现品效一体，助力销量转化

启动新篇章，让全新 MINI COOPER 重新走进中国年轻用户的视野

## • 抖音官方赋能+多渠道协同，提升A1-A2人群认知与曝光度

抖音-全新账号搭建种草沉淀+KOB赋能（持续赋能）覆盖抖音全生态，持续触达目标用户，形成强大持久传播攻势，有效引流预热市场，将产品卖点高频触达，深化品牌形象

### 账号搭建：完成MINI官方直播间搭建，打造精准标签



#### 账号定位:

全新MINI官方直播间  
为全新车型开启专属账号  
用于日常短视频内容种草+直播  
拔草  
和用户关系更亲密.....

#### 账号内容:

MINI COOPER种草讲解短视频  
MINI COOPER趣味玩法种草短视频  
MINI COOPER事件玩法短视频  
.....

### 优质内容种草引流



### 抖音KOB赋能



赋能4大区100家门店  
有效扩流量，实现  
前期声量大铺垫

短视频共发布1300+条  
原创短视频共发布700+条  
AIGC视频共发布600+条  
总曝光100w+，总互动1w+

直播500+次  
总场观16w+

首视角云游发布会融合KOL联动直播，精准触达A3人群，深度促进用户种草转化

云游库伯杯8小时不断播，达人进直播间专业加持互动种草氛围拉满，两天高曝光直播实现线索高收割



7.6号高曝光种草，讲解库伯杯和MINI品牌历史受好评



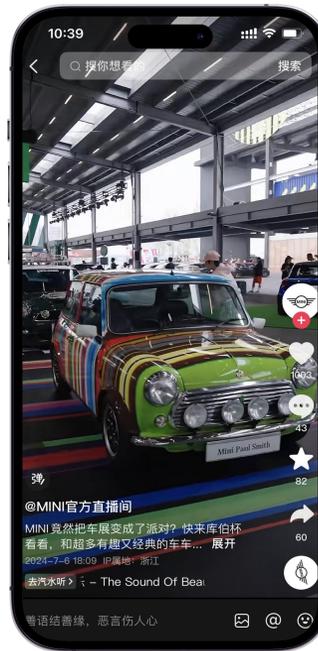
7.7全面解读库伯杯现场及全新电动MINI COOPER购车权益收割上市流量热度



7.6吕宸娓娓道来MINI为何一直经典



7.6Adam专业解读MINI产品演变历史



短视频持续引流

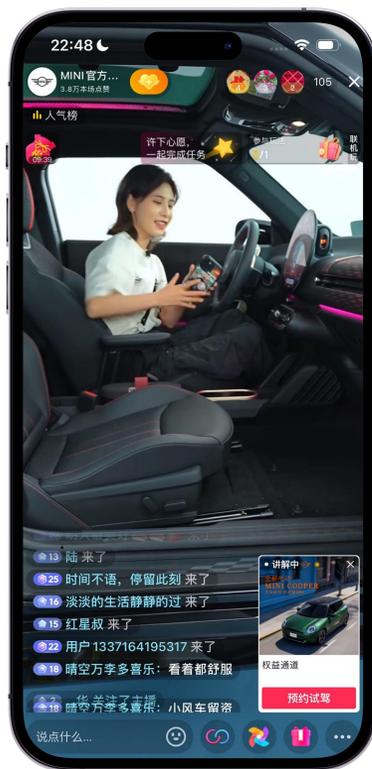
总曝光：760w+ 总场观：55w+ 最高场观：8000+ 总互动：69w+

## 60天持续种草引流，无缝传播精准触达，高效转化线索，实现有效收割

日播维稳持续线索收割，打造MINI COOPER高效直播间，主要围绕新车颜值+品牌基因种草，持续提升品牌影响力，共进行83场日播，总曝光5200w+,总线索5000+,总场观200w+,涨粉3w+



日播视觉不断迭代



日播内容

## 深度联动KOL达人，全方位放大品牌声量，精准触达用户心智，有效破圈获好感

MINI COOPER上市后期，深入实施KOL营销策略，联动20+位各领域KOL达人，持续进行长尾种草。通过“说车”环节，详细介绍车型特点、驾驶体验，满足消费者信息需求；同时，融入“生活场景”，展示MINI COOPER在不同生活场景中的实用性与时尚感，增强共鸣。此外，还利用“圈层KOL”的影响力，针对不同兴趣圈层进行精准推广，形成三线并进的立体营销格局，有效提升品牌曝光度与用户粘性，夯实市场地位。

### 【生活VLOG类达人矩阵】

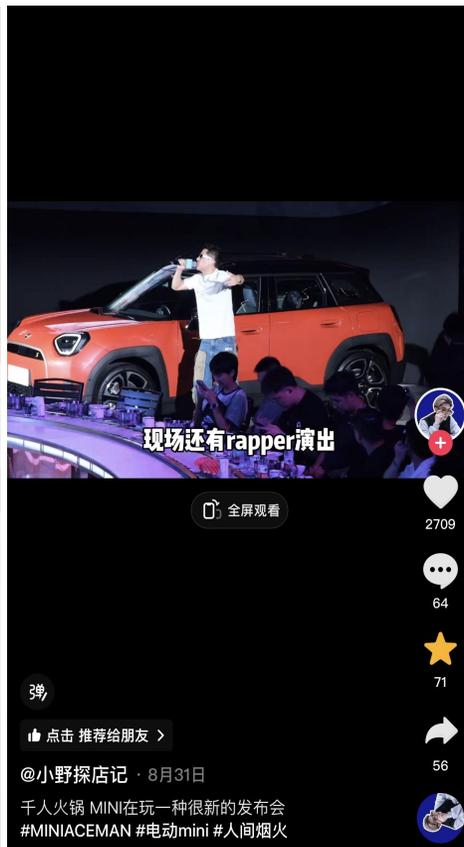
 <p><b>陈溥江</b> 粉丝 316.2万 获赞 2321.7万</p>	 <p><b>黑珍珠Dani</b> 粉丝 58.2万 获赞 606.2万</p>
--	--

### 【美食探店类达人矩阵】

 <p><b>特别乌啦啦</b> 粉丝 1895.7万 获赞 2.6亿</p>	 <p><b>哇塞几张</b> 粉丝 63.9万 获赞 781.5万</p>
---	--

### 【车垂类达人矩阵】

 <p><b>车百万</b> 抖音号: chebaiwan001 3812.1万获赞   288.4万粉丝</p>	 <p><b>十四驾道</b> 抖音号: Car_14 7288.9万获赞   482.6万粉丝</p>
--	---



### 内容方向：

最值得期待的电动车发布会  
买得起的电动车大玩具  
不管买不买都值得试开全新  
MINI COOPER  
邀请函开箱等

### 达人类型：

生活类/娱乐类  
种草类/测评类/旅行类等

**曝光总量3000w+**  
**种草人群增长45w+**  
**互动量34w+**

## • 借力KOC，构建用户生态圈，夯实用户口碑，引领MINI电车潮流新风尚

联合40+KOC，通过他们真实、贴近生活的分享，打造积极互动的用户生态，引发消费者共鸣，有效推广MINI COOPER新车，夯实用户口碑，为品牌长期发展奠定基础。



实现有效长尾种草，抖音总曝光760w+，互动量2.5w+

• 精准IWOM口碑维护，正向引领MINI COOPER信任升级与口碑飞跃

通过精准监测与分析网络舆论，积极回应消费者关切，提升服务质量与用户体验。同时，借助KOL与KOC的影响力，传播正面信息，确保MINI COOPER形象在不同的用户群体中保持一致和积极，构建良好的品牌形象，更通过引导用户的讨论方向，形成有利于车型的舆论环境，系统性地塑造和维护用户的正向口碑，树立起不可动摇的品牌信任与口碑优势。



抖音IWOM正面内容铺设200+，总互动量3w+，浏览量300w+

- CPA3降至0.15：极致费效比引爆新车声量，精准触达A3人群，实现增长突破

## KOL

「头部KOL+优质内容」  
是高效果的有力支撑

「尾部KOL+破圈层」  
是A3增长的有效助力

优质内容特征：  
专属MINI的气质 要拿捏的透

优质内容特征：  
MINI玩乐基因 持续渗透



有文化 有氛围 有细节 有生活

有朋友 有体验

在自然流量的前提下，头部KOL相较尾部KOL  
明显的性价比优势，更好的效果

	CPM	CPE	CPA3
J01 头部KOL	41.9	4.97	3
J05 尾部KOL	69.5	8.2	10.2

尾部非车KOL相较头腰尾车KOL  
明显的破圈优势，A3增长显著

	头腰部车	尾部车	尾部非车
加热成本 CPA3	0.13	0.17	0.16
加热每小时 新增A3	434	266	449

## FEED

	A3成本	A3新增率	消耗
头部	0.13	4.74%~19.92%	****5
腰尾	0.16	3.33%~14.95%	***69.85
本地 素材	0.14	8.26%~15.78%	***4.38

成本低

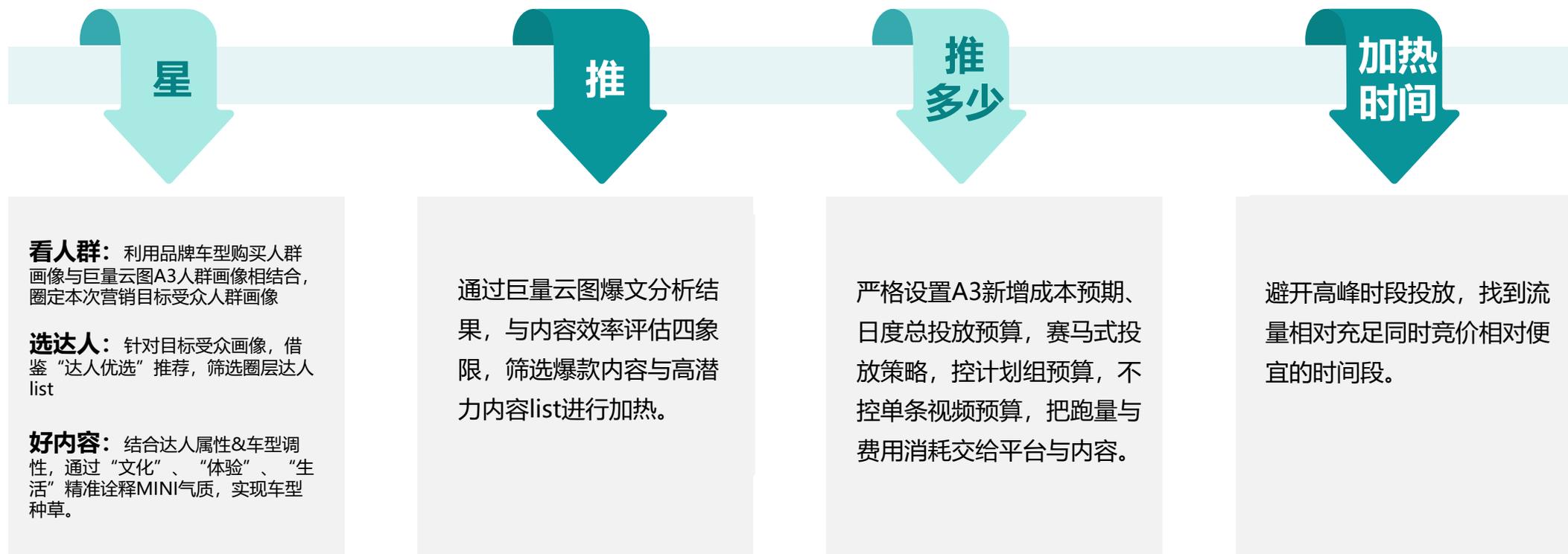
推增量

优质内容  
提效跑量

流量投放是必要 头部达人高效果  
腰尾达人破圈层 优质内容提效率

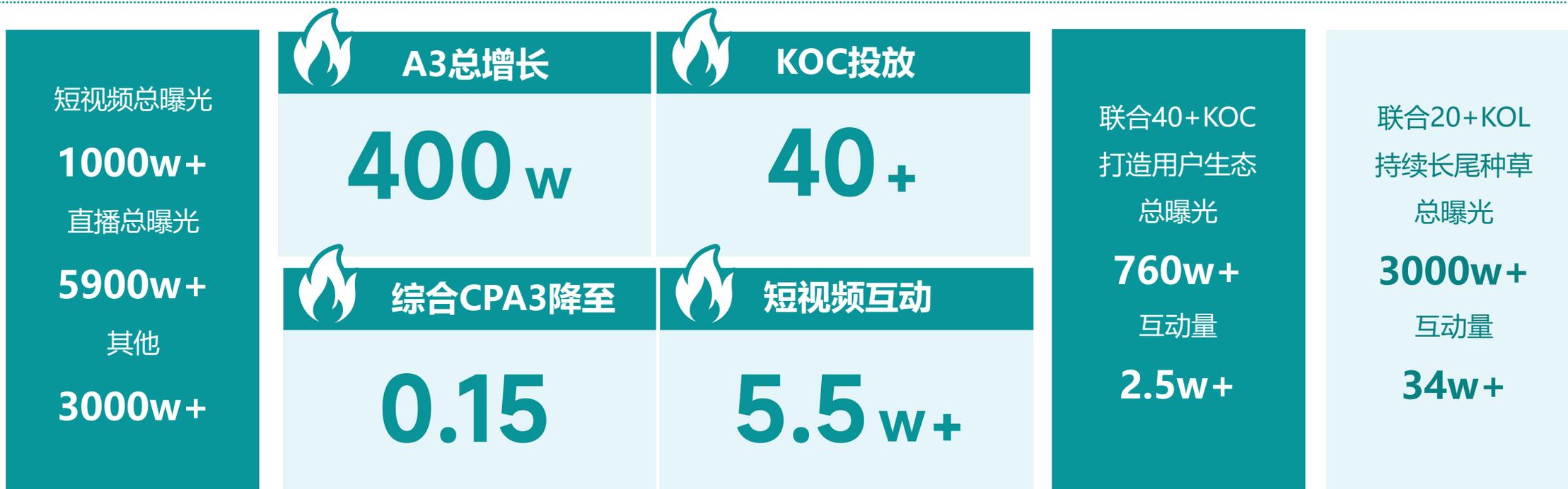
## • 跑通科学化达人投放经营路径

利用巨量云图工具，通过“星图达人+内容热推”的协同应用，跑通“选人选题材→压强爆款扩A3→复制爆款降成本”的科学化达人投放经营路径，实现车型声量爆发与A3人群增长的降本增效



将预算从20万增加至40万，进一步扩大投放效果

• 抖音营销结果



• KOB赋能营销结果

4大区

赋能区域

视频发布数量环比提升 **182%**

直播开播场次增加 **400+**场

**AIGC成片1200+**

总播放量90w+，总点赞2w+

短视频曝光量较提升 **200w+**人次

直播时长提升 **400+**小时

**500**

AI视频平均曝光

(筷子工具平台人员称AI视频的平均曝光在200)

100家

赋能门店

短视频互动量较提升 **2.5倍**

平均单场停留时长环比提升 **13%**



超 **90%** 经销商参与新车上市运营传播