

# 米其林CC3轮胎营销

- **品牌名称：**米其林轮胎
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2026.01.19-02.01
- **参选类别：**场景营销类

## 产品挑战

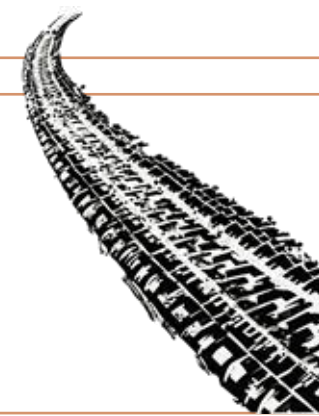
» 高端全季节轮胎相较于冬季胎，其强大的雪地性能属于“隐性优势”，消费者认知门槛高，需要通过具象化场景进行强力沟通。

## 用户痛点

» 北方用户在降雪天气下，对行车安全与轮胎抓地力关注度达到峰值，正是传递轮胎性能信息的黄金时刻。

## 媒介机遇

» 墨迹天气作为国内领先的气象生活服务应用，拥有海量、实时、地理位置精准的用户数据。其用户主动查看天气的行为，与“雪天行车关注轮胎安全”的场景高度契合，为米其林Cross Climate 3提供了从“天气场景”直接切入“产品解决方案”的绝佳营销通路。



### 品牌曝光与精准触达

在北方核心降雪城市，实现品牌广告对高潜车主用户的规模化、高精度曝光

### 功能沟通与心智占领

将米其林CC3“全季节性能，尤其雪地柔韧抓地”的核心卖点，与“下雪”这一天气场景深度绑定，建立“下雪天就想到米其林CC3的安全保障”的用户认知

### 提升互动与口碑发酵

通过趣味性、低干扰的广告形式，提升用户好感度与互动意愿，为后续口碑传播奠定基础

01

### 精准的场景触发策略

锁定北方城市，通过墨迹天气的数据能力，实现**仅在“降雪”天气出现或预报时，才向当地用户展示广告**。确保了广告在最相关的时间和场景下，触达高潜车主

02

### 趣味的沟通创意

将墨迹首页的标志性IP人物“小墨娜”替换为**米其林先生的趣味动态形象**，结合雪地场景生动呈现。用户点击后可查看展示米其林轮胎雪地性能的沉浸式介绍，直观传达“冰雪路面柔韧抓地”的核心卖点。

03

### 闭环的心智转化

广告链路直接引导用户前往米其林轮胎京东自营店，将**广告行为无缝引导至线上服务与销售环节**，形成从品牌曝光到行动转化的完整闭环。

## 定向雪天投放凸显产品功能 强调品牌关怀与守护

广告实现“在最对的时间，向最需要的人，传递最相关的信息”，有效避免了广告资源浪费，提升了用户体验

### 雪天场景



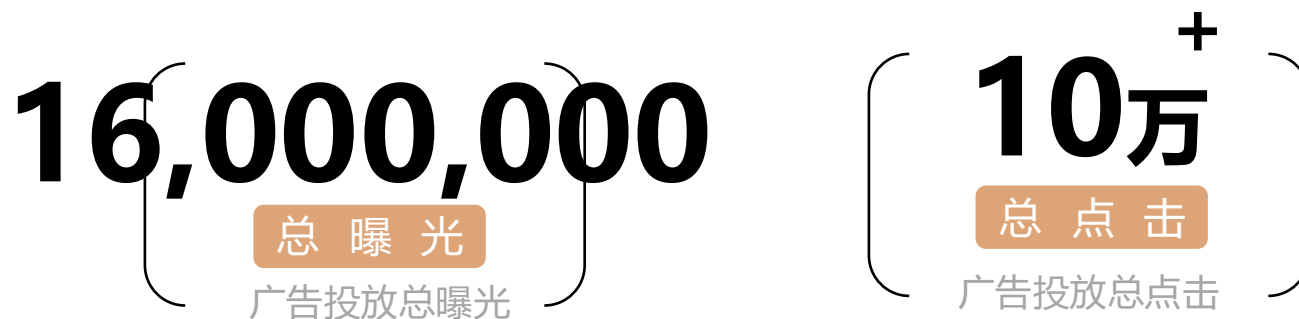
## 创新趣味化广告创意沟通 提升用户沟通效率

对用户形成强烈的场景记忆点，提升米其林轮胎功能认知的沟通效率

- 将墨迹天气首页经典的IP人物“小墨娜”临时替换为米其林品牌灵魂“米其林先生”的趣味形象，配合背景广告画面，展示CC3轮胎独特的花纹“咬合”积雪、冬雪路面下畅行无惧的沟通联想。

米其林先生  
定制造型





场景触发 × 趣味沟通 × 心智直达的多元绑定

- 在适合CC3轮胎使用的雪天天气场景下，通过定向北方下雪城市，利用有趣的米其林轮胎先生IP形象实现品牌大曝光
- 基于大数据与场景洞察的跨天气平台创新，创造极具说服力和感染力的营销时刻
- 达成广告曝光和点击目标，为米其林带来了可观的潜在客户引流，实现产品声量与口碑的双重提升