

宝沃海外重点市场 Google 推广

广告主：宝沃汽车

所属行业：汽车

执行时间：2018.01.01-08.31

参选类别：搜索营销类

营销背景

宝沃汽车集团成立于 2015 年，分别在中国、德国、俄罗斯、印度、巴西、墨西哥等国家正式运营。自 2015 年宝沃品牌在中国复兴以来，经过不懈努力，宝沃汽车再次登上世界汽车舞台。切实掌握更多核心技术，借鉴互联网思维，宝沃汽车成为具有前瞻视野和智联思维的新时代汽车企业。宝沃汽车作为一个新晋品牌在中东、南美、东南亚市场陆续上市，在竞争激烈的市场环境下，面临着品牌形象不普及、品牌知名度较低，竞争力较弱等重重挑战。

营销目标

从零开始，直面挑战，宝沃汽车制定明确的传播目标：

- 1、通过 Google 广告全面精准覆盖目标市场人群，传播品牌声量，树立品牌形象。
- 2、在重点市场中东区域达成从品牌曝光到效果转化的进一步提升，收集试乘试驾有效线索名单。

策略与创意

- 1、重点活动承载。结合宝沃汽车上市、IAA 车展、迪拜车展、达喀尔拉力赛与线上活动进行广告投放，借助活动声量加强广告投放，同时提高宝沃品牌知名度与收集销售线索。
- 2、广告形式多样。如搜索广告、展示广告、视频广告、邮件广告等全面覆盖受众人群，同时采用最新型广告形式。
- 3、采用当地语言的广告文案。如针对中东市场由专业外编人员编写阿语文案，南美市场编写西语文案等，导流至相关语言的官网着陆页，贴近当地用户网络语言习惯，提高用户体验度。

执行过程/媒体表现

- 1、前期通过市场调研，深入了解重点市场汽车购买族群的购车行为、购车时间、购车前是否造访线下营业所、购车前所使用的查找资料工具、选车需求等各项洞察，抓取有效数据进行整合参考。借助洞察数据，注重消费人群所需，广告实现贴近用户习惯，更好的吸引用户，从而获得最佳成效。

- 2、利用 Google Trend 等工具进行竞品分析，分析同为汽车品牌的声量趋势、热门搜索词、热门市场等，以此为基础制定精准的媒介策略。
- 3、媒介推广根据重点活动承载分阶段进行，如车展、线上活动、拉力赛等，在推广投放前制定广告策略与规划，沟通讨论素材方向，预估广告成效。
- 4、根据广告目标主题设计广告素材与撰写多语言广告文案。
- 5、根据规划严谨搭建广告系列模型，上线过程中实时优化调整广告，做到成效最大化。利用 Google Analytics 监测工具实时监测广告成效，进行广告分析与优化调整。
- 6、广告下线后，整理和分析广告最终成效，提供成效报告，总结经验与提供建议。





Schedule a test drive to experience the refinement of the **BX5**

[BOOK NOW](#)

• Redefined • Elegant • Dynamic



Schedule a test drive to experience the refinement of the **BX7**

[BOOK NOW](#)



营销效果与市场反馈

宝沃汽车重点市场 Google 推广最终取得了 1.8 亿次的品牌曝光，220 万的广告点击，360 万的视频观看，4,100 条有效线索的名单转化。宝沃品牌词在 2018 的 Google 搜索声量上较 2017 年同比增长了 728.65%。该成果超额完成目标，达成率高达 300%。下图为谷歌搜索趋势：

