

一汽奔腾 X40 全新上市，打造美食场景跨界传播

广告主：一汽奔腾

所属行业：汽车行业

执行时间：2018.09.27-11.08

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

作为一汽奔腾家族体系中的重量级车型，一汽奔腾 X40 是 SUV 市场中的当红明星，于 9 月 19 日发布了 2019 新款车型，同时发布了其新能源纯电版奔腾 X40 EV400。2019 款奔腾 X40 在其一贯的品质安全基础之上，对智能互联系统全面升级。新车上市，急需锁定潜在购车客群，如何迅速提升新车知名度，并第一时间获得消费者青睐和市场认可，是一汽奔腾 X40 面临的首要挑战。



营销目标

一汽奔腾决定联手“全国领先的生活服务电子商务平台”美团点评，以美食为切入点，网罗万千食客，撬动潜在购车客群的购车好感度和喜好度。

伴随着消费升级大趋势，汽车消费已经成为非常普遍的大宗消费品。而不同款车型往往具备独具特色的产品属性和角色定位，针对不同的消费群体量身定制，这就使得开展基于精准兴趣圈层人群的营销策略至关重要，联手美团点评，挖掘生活服务海量潜在购车人群，以贴合生活场景的广告创意形式告知奔腾 X40 上市信息，提升产品上市关注度，是本次营销活动的主要营销目标。

策略与创意

根据美团点评平台运营数据，一汽奔腾 X40 营销活动锁定「十一黄金周前后」这一平台流量最盛的时间点。以务实成熟的 80、90 核心人群为目标受众，精准触达，深度影响。

发起“一汽奔腾 X40 吃货等级挑战赛”，根据美团大数据调取全国 20 道热门菜作为挑战题库，让话题自带传播属性。将全国通投与区域定向组合投放相结合，利用站内核心资源进行活动推广和引流，实现强大曝光，顺势引导用户留资，为进一步打动消费者购车埋下伏笔。线下，调动美团外卖 APP 骑手资源，在外卖送餐箱上张贴一汽奔腾 X40 广告，流动广告牌，助推“一汽奔腾 X40 吃货等级挑战赛”热度再升级。



执行过程/媒体表现

一汽奔腾联手美团点评发起“一汽奔腾 X40 吃货等级挑战赛”，借美食场景吸引潜在目标购车人群关注，实现线上线下一体化营销发酵。

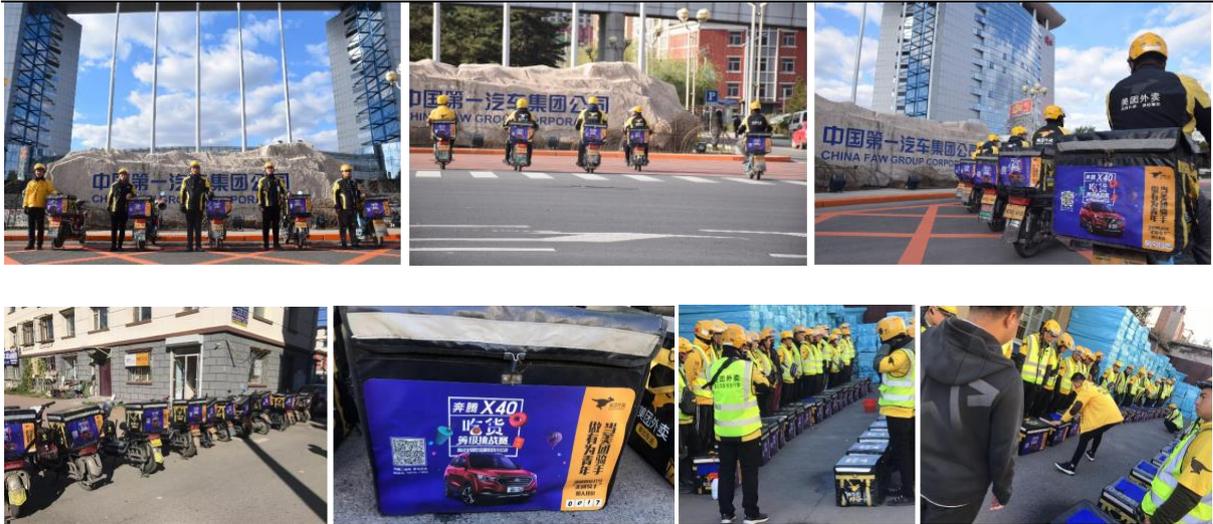
1、趣味引流：针对美食爱好者，美团大数据调取全国 20 道热门菜作为挑战题库，令人垂涎的美食诱惑及轻松的互动模式，让吃货食指大动，参与意愿高涨。



2、高效留资：参与吃货等级挑战赛后，用户可填写个人信息预约试驾，查看自己的吃货等级，从“初级拔草练习生”到“”即有机会获得不同面额的美团美食抵用券。



3、线下接力：美团点评更集结美团外卖众多骑手，将“一汽奔腾 X40 吃货等级挑战赛”活动信息印制在美团外卖送餐箱上，打造定制化的流动广告牌，送餐箱随骑手出没于城市的大街小巷，线上线下联动营销，让活动声势再升级。



营销效果与市场反馈

经过十一黄金周前后的密集推广，一汽奔腾 X40 全新上市的信息，得到有效传达。媒体总曝光近 8000 万，KPI 达成率达 188%，吸引 5000 多用户留资试驾。创意挑战赛形式促进分享，提升了用户体验，线上线下场景精准营销，助力品牌有效传播。



平台数据能力
区域精准影响



线上线下场景营销
强化品牌印记



全网曝光引流
有效集客留资

媒体总曝光
78,025,328
KPI达成率**188%**

媒体总点击
1,068,347
KPI达成率**258%**

5,046
用户留资