

安吉星×腾讯汽车

发布智能车联大数据白皮书，2C-2B 启迪车联“星”方向

广告主：安吉星

所属行业：交通行业

执行时间：2018.12.18-12.21

参选类别：智能营销类

营销背景

溯源，2016年12月19日上汽通用汽车安吉星正式发布业内首个车联数据行业报告——《上汽通用汽车车联数据报告-powered by 安吉星》，旨在帮助车主养成良好的驾车习惯，同时传递车联数据的社会公益价值与创新能力。随着上汽通用汽车于2017年推出企业车联网战略——“车·联·无限2025”战略，安吉星加速企业车辆云平台和云服务的构建，持续提升车联网服务能力，致力全面打通“人·车·生活”的车联生态，在这一过程中，车联网大数据的运用就显得至关重要。

营销目标

面对已经到来的车市寒冬，智能网联技术的应用推广，助力产业的升级转型。

2018年，安吉星希望能接腾讯的大数据能力、车联能力，帮助安吉星中心认识有车一族。

从「车上」到「线上」的数据融合，带来解读有车一族的全新视角，针对中国车主，更全面的回答，带你「从星认识有车一族」。

策略与创意

安吉星联合腾讯汽车，首次融合腾讯车联网数据、社交数据及品牌车联数据，研究分析输出车联用户洞察白皮书《2018 中国智能网联汽车市场研究》，并联动线上及线下传播，创新实现 2C-2B 营销，为寒冬送上一份暖阳。



执行过程/媒体表现

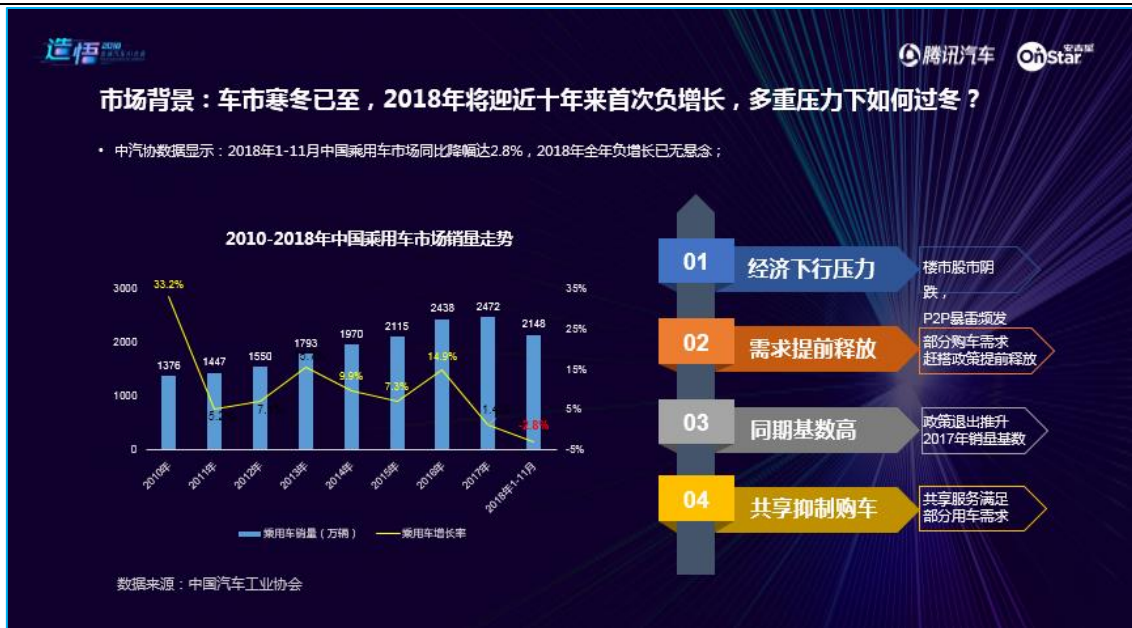
核心引擎：创新实现「车上」到「线上」的数据融合

安吉星×腾讯汽车《2018 中国智能网联汽车市场与用户洞察白皮书》

安吉星数据：爱车呵护指数、车况水平指数、恋家指数、深夜活力指数、出行规律指数等 16 个经典的车联指数维度,多维度还原用户车生活，满足多场景应用需求。

腾讯数据：将汽车用户在线行为数据与车联网用车大数据打通匹配，从重点人群洞察和品牌用户管理两个应用场景切入，全面洞察用户特征，探索汽车营销新抓手。





「星」势力：OFFLINE：借2018年全球汽车AI大会联合发布

2018年12月18日，借全球AI大会，北京腾讯汽车×安吉星《2018中国智能网联汽车市场与用户洞察白皮书》，腾讯汽车总经理王秋凤女士现场发布报告，影响业界领军人物，提升数据报告2B能力。





活动现场安吉星权益体现

安吉星做为此次大会的特别合作伙伴呈现在签到处



活动现场：大会现场安吉星展台设置



活动场内实景：

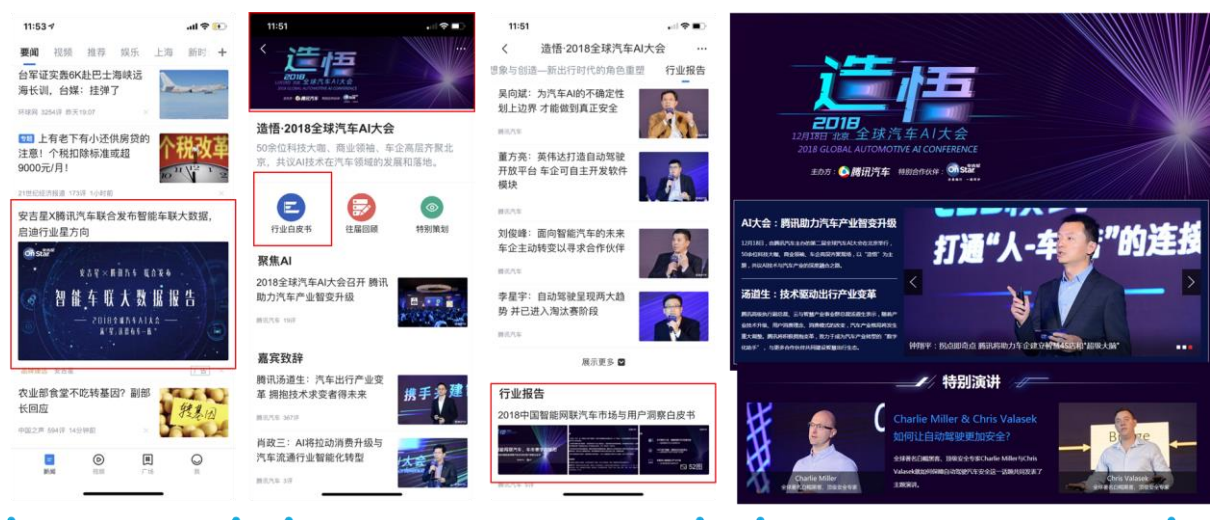


「星」影响：ONLINE：朋友圈+新闻客户端多元曝光

1、联合腾讯汽车账号发布朋友圈，增强公信力



2、新闻客户端&PC端双端联合提升品牌影响力



营销效果与市场反馈

朋友圈广告效果 :广告曝光次数 :41,463,682 触达用户总数 :18,461,588 总互动点击率 :0.76%

全球 AI 大会线下影响现场车企高层，科技大咖商业领袖 50 余人，参会人员 300+。