

奥迪 Q2L 新车上市&阿里大数据深度合作

广告主：一汽-大众奥迪

所属行业：汽车

执行时间：2018.10.13-11.11

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

奥迪 Q2L 作为一款全新车型登陆中国市场，期待以新车上市为契机，与阿里大数据深度共创。

挑战：

- 1、人群数据空白：全新登陆，前系车型未在中国发售；
- 2、创新人群运营：颠覆传统新车上市消费者运维思路，实现用户全链路追踪。

营销目标

奥迪 Q2L 目标人群验证及圈定，并根据人群与品牌广告的互动情况及时优化投放策略；传播转化率提升，实现高潜人群持续收割。

策略与创意

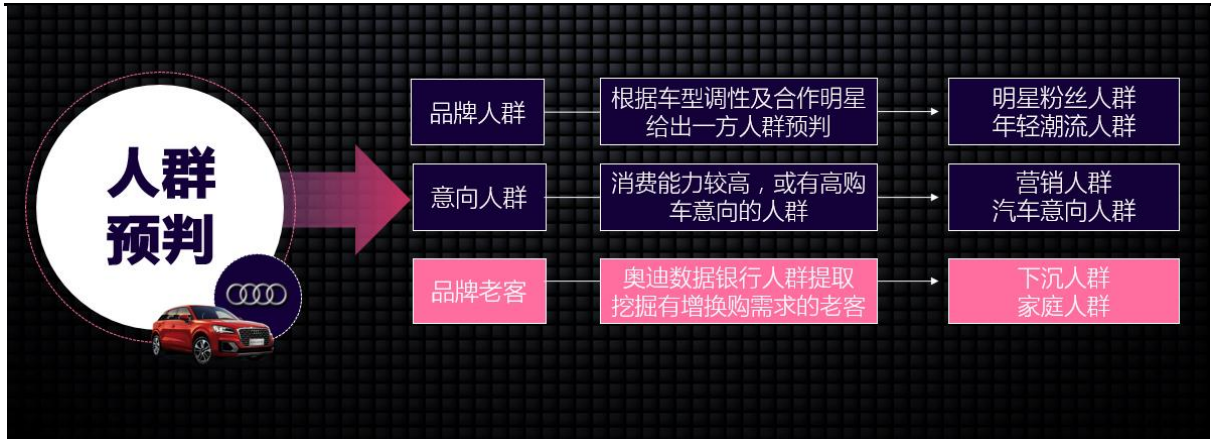
颠覆传统，发掘破局——阿里消费者运营解法赋能奥迪 Q2L 新车上市

Stage1：人群预判——基于车型调性预判，阿里数据产品规划性助力目标人群定向，投放初期建立奥迪 Q2L 六大高潜用户池。

Stage2：多维投放——优酷+淘系+高德多平台人群定向投放且实时回流，针对各人群 CTR 表现明确奥迪 Q2L 高潜人群。

Stage3：优化追投——数据清洗&分析，投放策略优化，优质高潜持续追投，帮助品牌实现人群优化、平台优化和广告优化。

执行过程/媒体表现





营销效果与市场反馈

整体营销效果：

品牌总曝光破亿，CTR 提升 400%，品牌拉新环比提升 2*%，消费者 AIPL 转化加深 5*%；

创新力：阿里大数据全链路运维，营销过程数据实时回流，实现品牌数据可视化、可量化及可优化；同时依托阿里独有人群定向产品，帮助奥迪品牌及车型完成从泛潜客到强潜客的挖掘与覆盖。

媒介发展推动力：跨平台大尺寸媒介定向投放+导航页深度定制，一键导航到奥迪 4S 店，满足曝光+效果双重考量。

品类发展推动力：作为汽车行业新车上市&大数据深度共创的标杆案例，为之后解决新车用户挖掘、校准及投放策略实时跟进提供了可复制的成功经验。