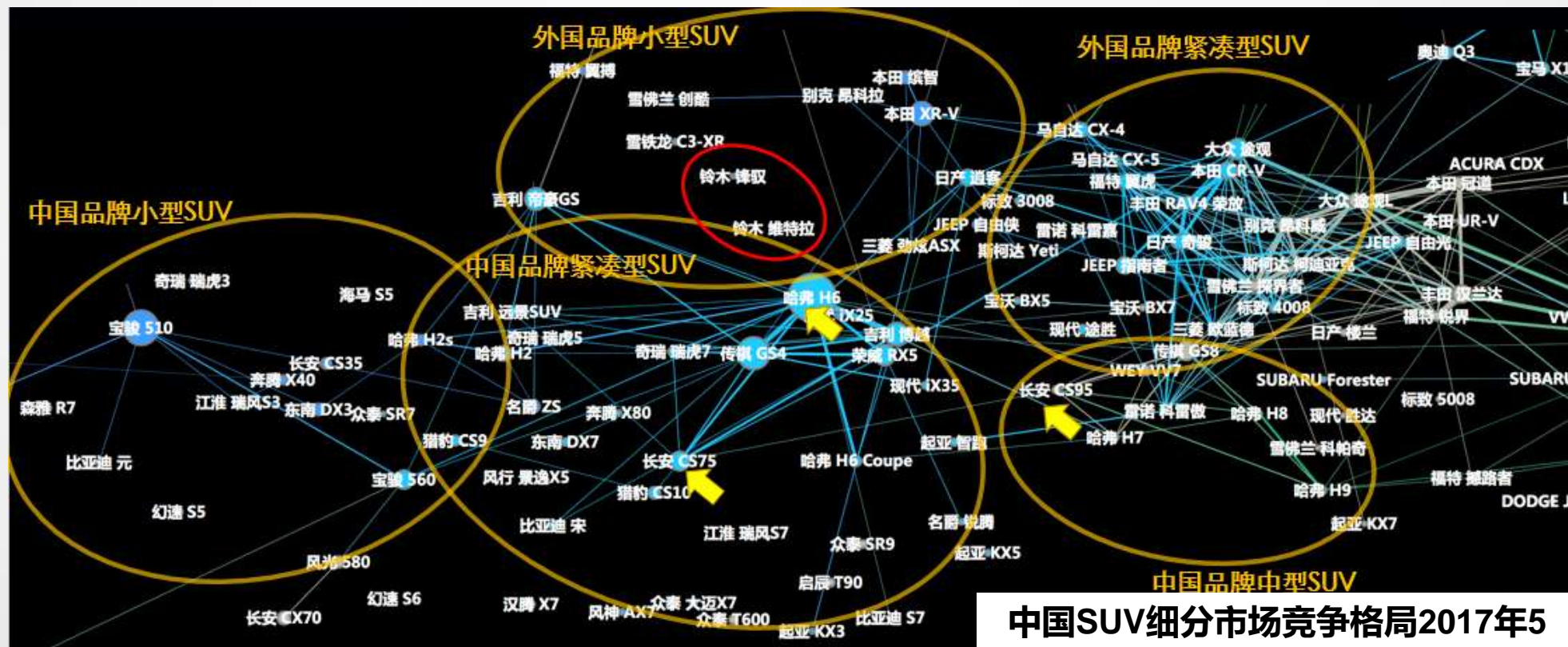


长安铃木骁途上市移动整合营销

- ◆ 广告主：长安铃木
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2017.06.28-08.31
- ◆ 参选类别：媒介整合类

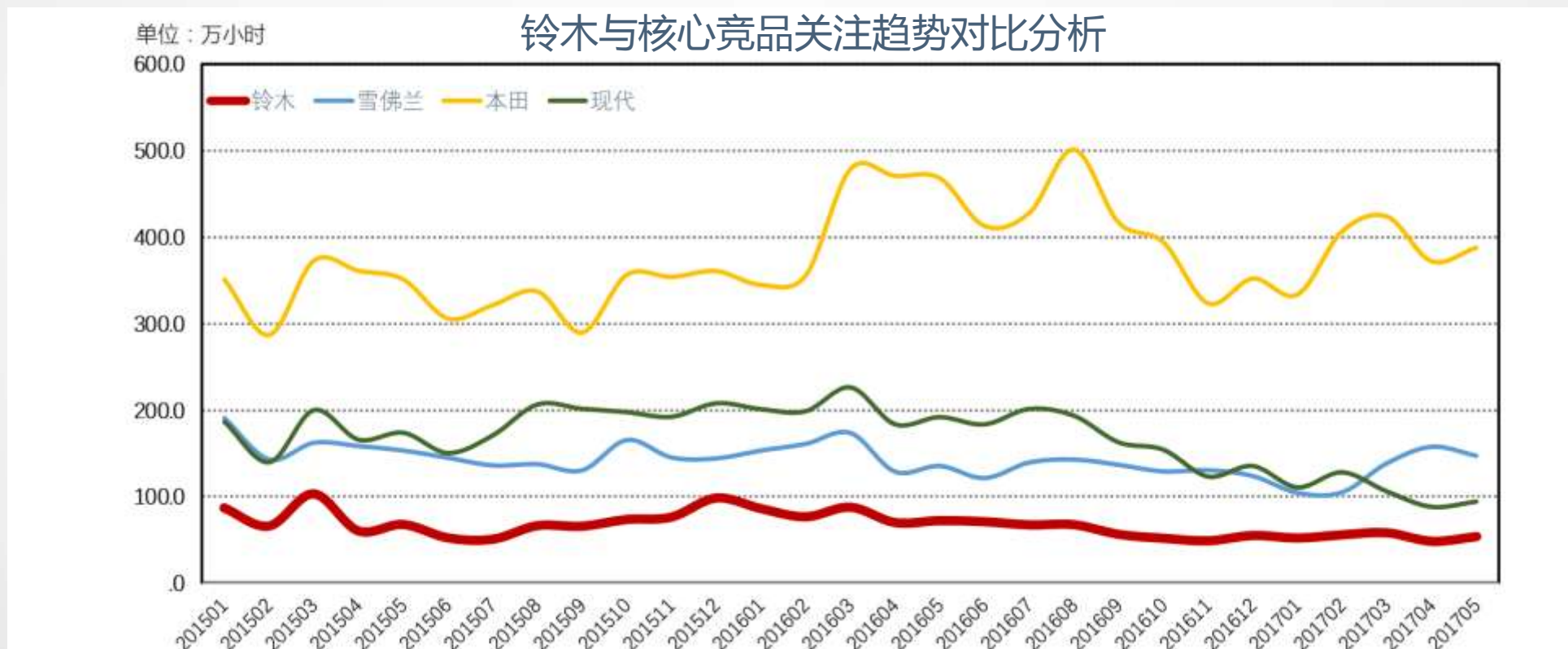
长安铃木产品在车型竞争中被挤压边缘化



中国SUV细分市场竞争格局2017年5月

长安铃木主打车型一直处于相对边缘的位置，与其他同级车型竞争关系不强，是小型SUV中主打性价比的合资车型

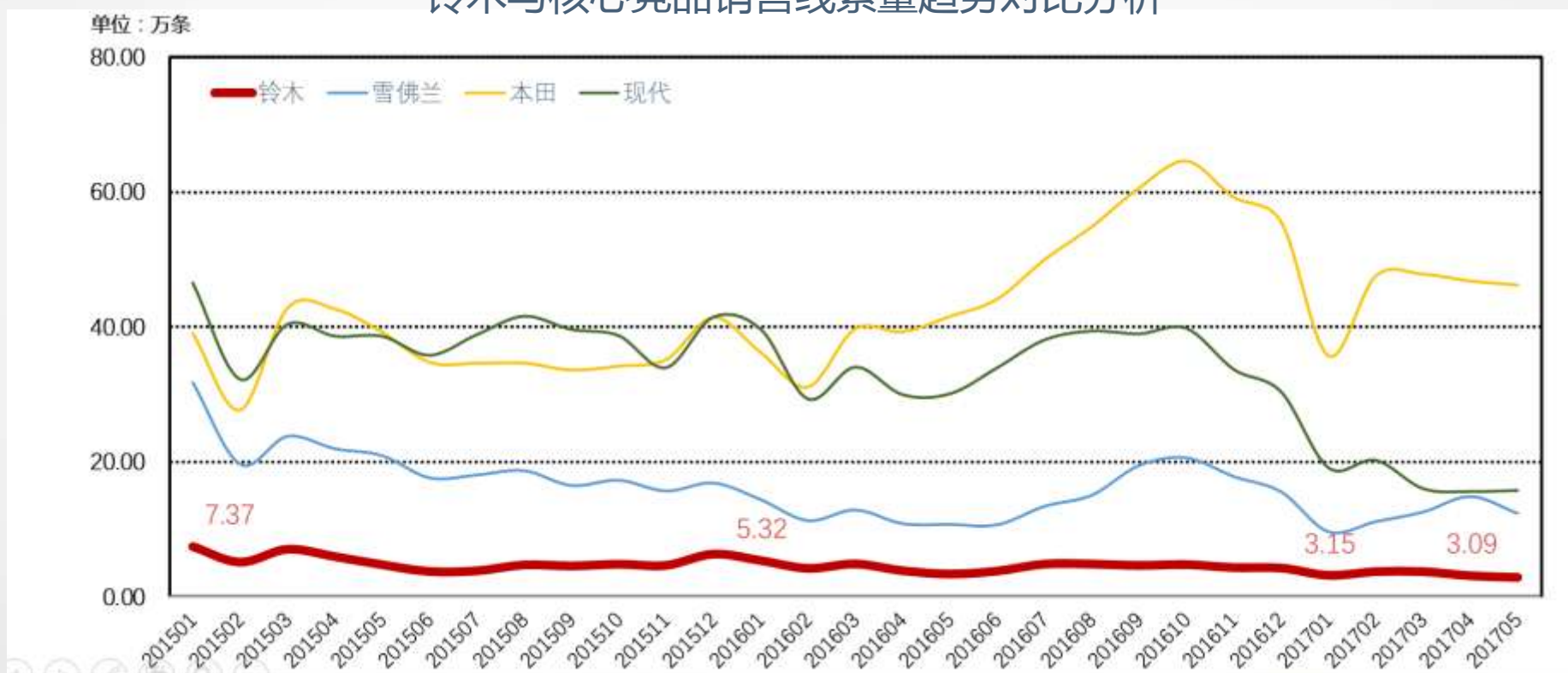
长安铃木品牌用户关注度持续下滑



2016年起,长安铃木品牌关注度呈现缓慢下滑趋势, 缺乏引发用户眼球关注的引爆点

长安铃木品牌销售线索持续消逝

铃木与核心竞品销售线索量趋势对比分析



2015年起,长安铃木的销售线索一直呈现缓慢下降的趋势,一直缺乏竞争优势

传播目标

提升关注度

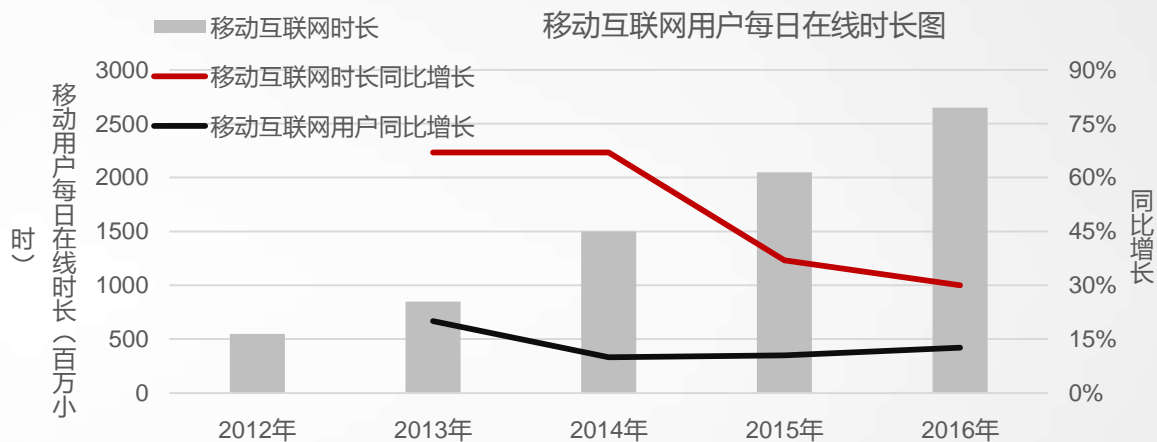
有效集客

HOW?

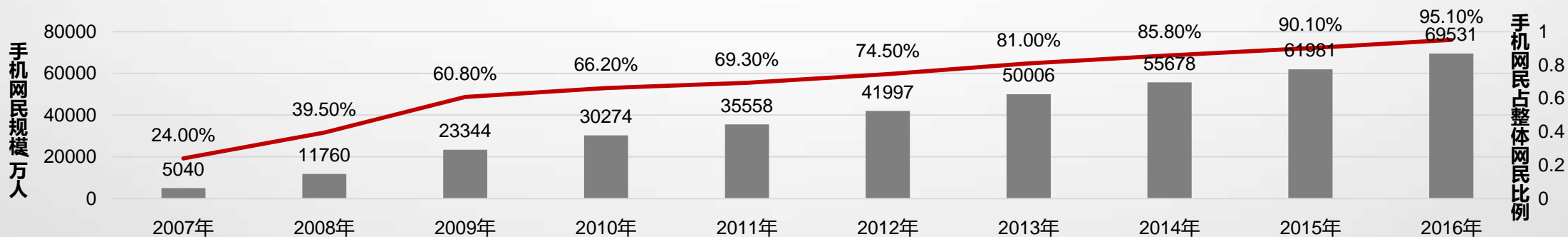


新车上市，
快速提升关注度，有效集客

移动互联网用户达到10亿，占整体网民的95%，"Mobile时代"已到来



手机网民规模及其占网民比例图

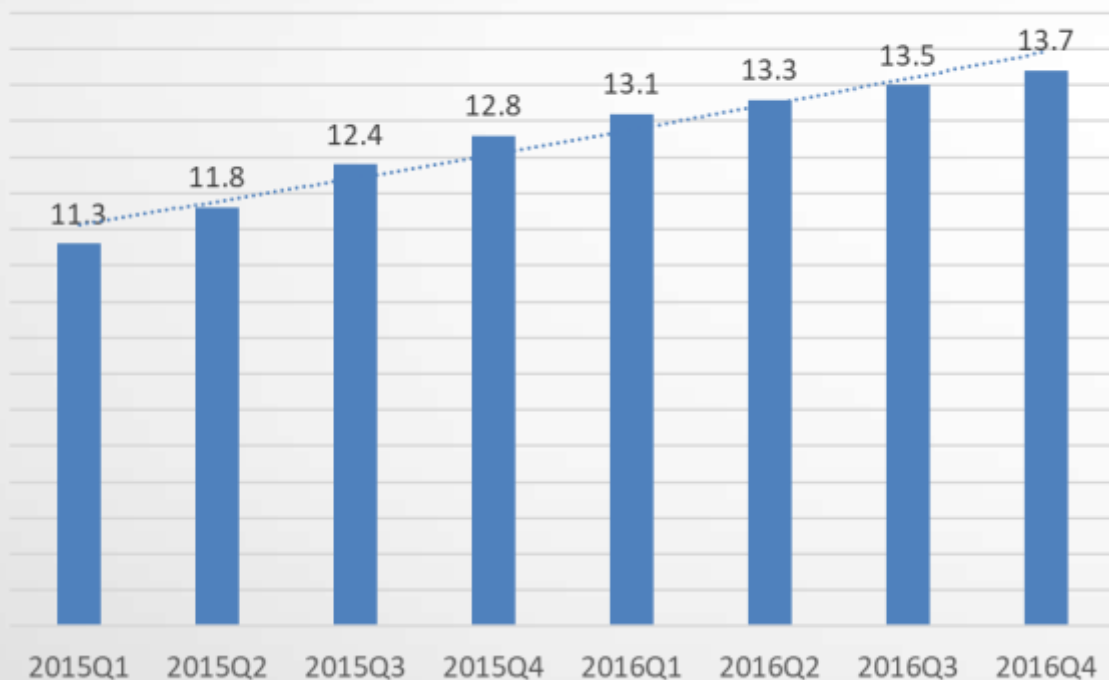


手机24小时连续覆盖人群生活，存在于生活的方方面面

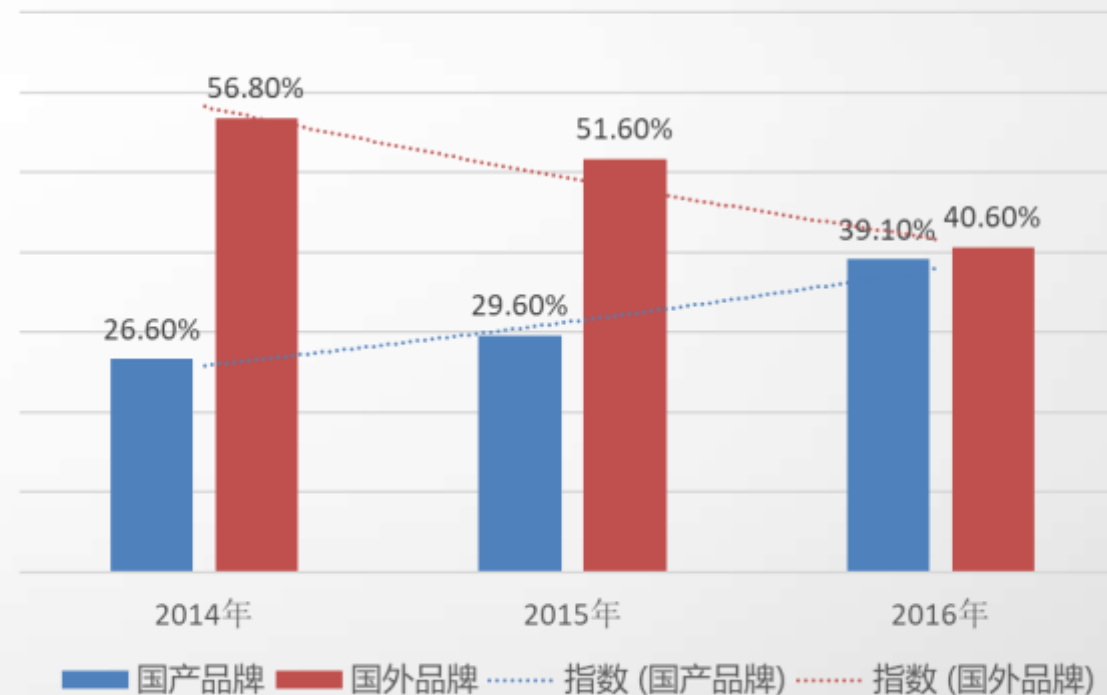


智能手机规模扩张趋近饱和，国产智能手机份额增大

2015-2016年中国移动智能终端规模

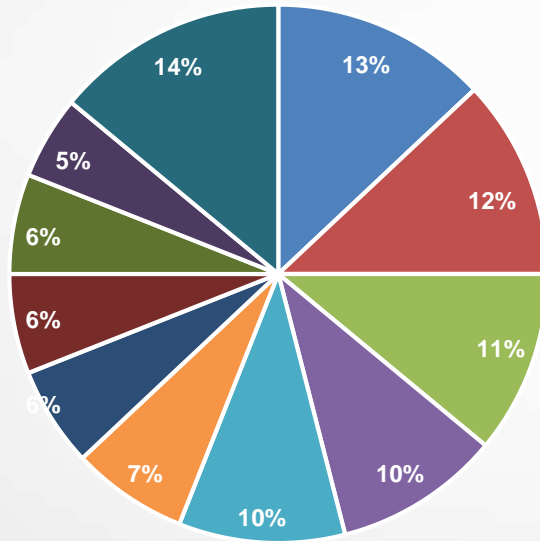


2014-2016年智能手机出货量



骁途潜在客户大多使用国产安卓手机，人群匹配度高

骁途潜在客户使用手机品牌分布



■ oppo ■ 华为 ■ 联想 ■ vivo ■ 小米 ■ 金立 ■ 魅族 ■ 酷派 ■ 三星 ■ iphone ■ 其他

骁途潜在客户国产手机使用率占比达**75%**

其中OPPO/VIVO/联想/小米使用率占比达**63%**

新的广告形式相比常规广告形式更易吸引用户点击，CTR提升明显

原生信息流-小图



沉浸式信息流



首页-通栏



首页-富媒体



CTR: 0.7% VS 3% 点击率提升**4倍+**

CTR: 0.6% VS 1.6% 点击率提升**2倍+**

目标人群渴望在平淡的生活中多一些新鲜感，对新生活充满向往

■ 现代枯燥无聊的生活，缺乏新鲜感



■ 渴望忙工作的同时好好生活



■ 追求和家人更高质量的相处



渴望换一个活法，让生活充满新鲜感！



亮点：高效渗透式创新投放闭环，促成新车上市投放效果最大化



创意广告



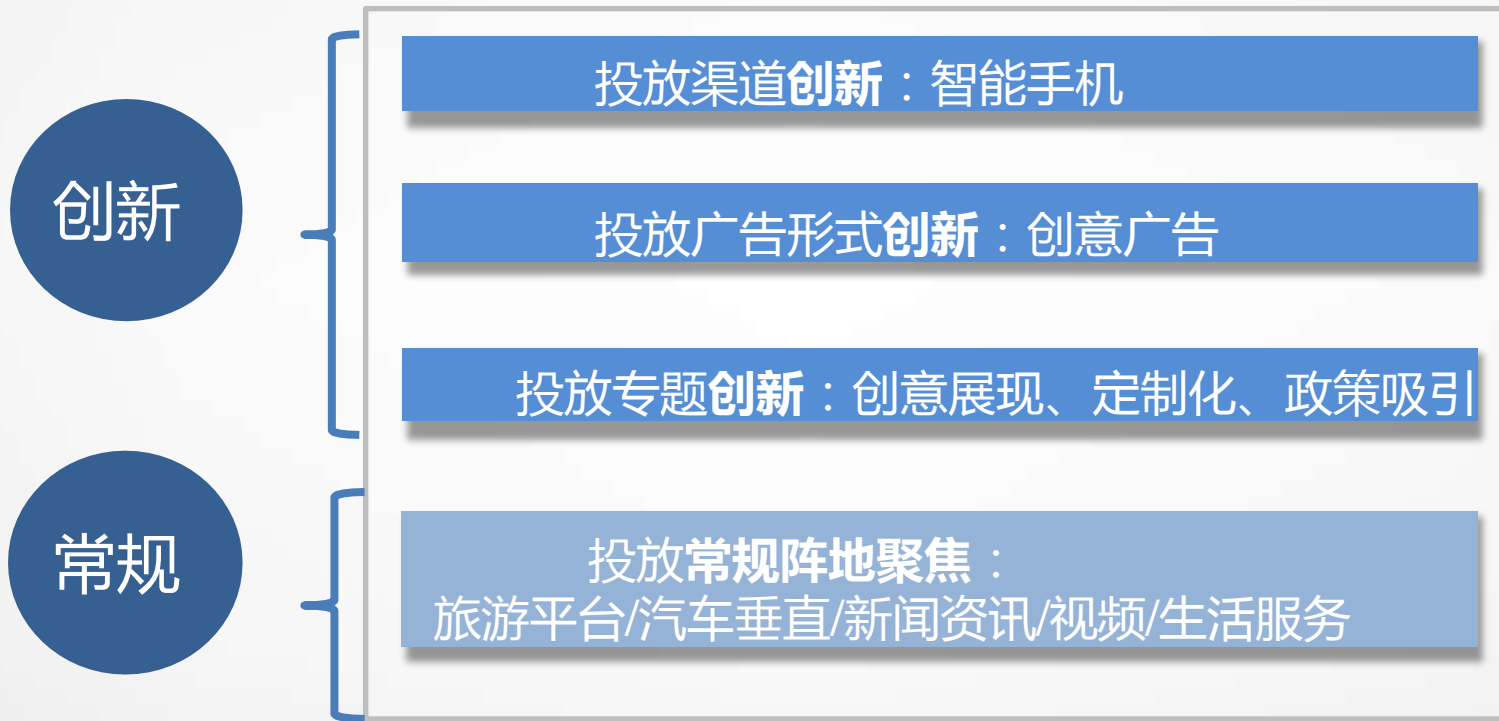
点击查看视频

创新专题

常规投放洞察：对目标人群的人群画像、兴趣点、以及触媒习惯和时间节点分析后搭配常规媒体投放



策略：创新+常规投放，保证骁途上市的大曝光效果



使得曝光与集客最大化
达成KPI设定



预售期

营造上市前的关注与期待，内容合作结合常规硬广进行产品大曝光，打造口碑。



汽车垂直



新闻资讯



旅游平台



OTT





汽车垂直——《车钳刘明》+《拆车坊》内容合作 专家评测，新车品质得到证言，产品口碑有效提升



《车钳刘明》

项目专题结合测评文章发布，产品口碑全面提升，有效增加线索收集

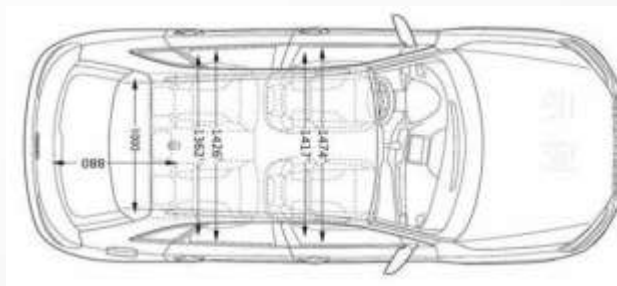


《拆车坊》

对骁途进行静态、动态评测，制作拆车视频，体现长安铃木新车型整车的配置及安全性能等方面得到全面的提升，生成文章、视频进行传播



1. 全民歪车-猜车互动
2. 车前留名-预购报名





常规新闻信息流、旅游出行&开机广告投放，为上市前期进行产品全面曝光



去哪儿—— 预售期正值暑期出游高峰，捆绑门票、度假频道紧贴热度



OTT——开机广告广泛传播
预售信息，强曝光迅速吸引
关注度

上市期

全面强势告知新车上市，诠释品牌主张并关联产品优势，产品持续曝光。



新闻资讯



头条



汽车垂直

汽车之家
autohome.com.cn



旅游平台



生活服务



智能手机

oppo

vivo

lenovo 联想

小米

OTT

KONKA 康佳

Hisense
新电视 新生活

TCL

CHANGHONG 长虹

Skyworth
创维

乐视



上市日BIGDAY—— 智能手机端、移动端媒体大尺寸曝光

1、移动端开屏广告、微信朋友圈+智能手机厂商原生应用霸屏用户第一视线



今日头条 搜狐新闻 一点资讯 网易 NETEASE www.163.com 凤凰新闻 Guuner.Com 微信朋友圈

*朋友圈当天投放视频播放量**1600万**，专题点击次数高达**3万**，关注度达**1565人**

OPPO开屏 联想开屏 VIVO信息流 小米信息流

2、上市当天 新闻、垂直等媒体大尺寸曝光资源点位集中曝光 引发强关注



今日头条 易车网 汽车之家 autohome.com.cn

持续期

持续关联用户深沟通产品卖点，精准投放，吸引潜客



新闻资讯



旅游平台



生活服务



OTT

KONKA 康佳

Hisense
新电视 新生活

TCL

CHANGHONG 长虹

Skyworth
创维

乐视

智能手机

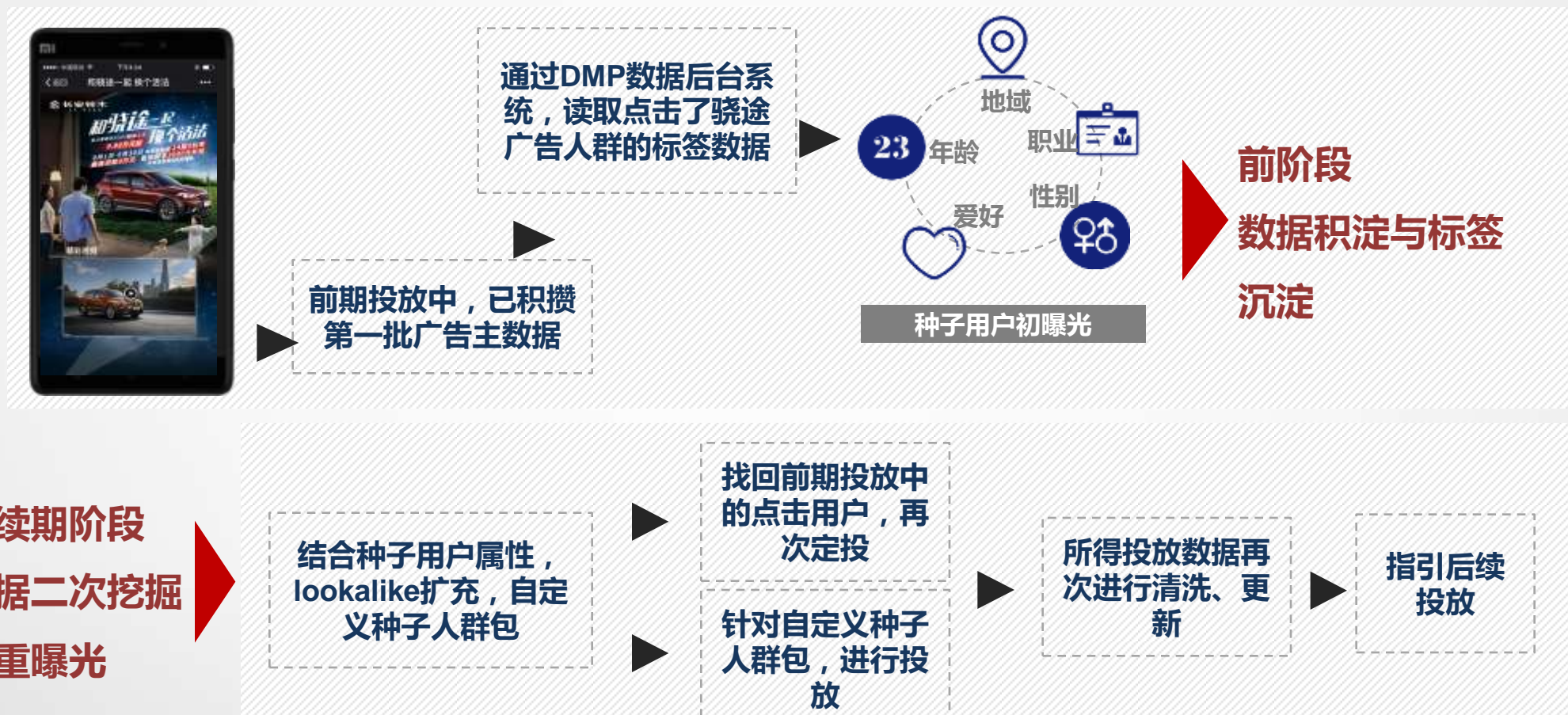
oppo

vivo

lenovo 联想

小米

通过铃木DMP数据库，与媒体交叉获得人群标签，持续期投放效果更精准有效



DMP深度挖掘用户底层行为，不断迭代点击用户，生成精准人群画像，最终优化投放效果

上市期，曝光、点击、线索均超预期，为骁途上市造势起了显著作用

曝光量

33.5亿+

点击量

2628万+

线索量

6万+

铃木骁途上市较铃木上款主打车型上市同期，CPM、CPC、CPL都大幅降低，效果远超预期

