

A decorative graphic on the left side of the slide. It features several interlocking gears of different sizes and colors (yellow and grey). At the bottom left, there is a yellow silhouette of a worker wearing a hard hat and holding a tool, with one gear positioned near their hand.

百度认证·2016百度数字营销案例大赛

雪佛兰邀您开启迪士尼奇妙之旅 ——实景互动O2O

雪佛兰 SEM Team

目录



PART 01
营销战略思考



PART 02
项目创意洞察



PART 03
营销策略



PART 04
项目执行



PART 05
效果评估与社会价值



PART 01

营销战略思考

案例产生的背景

- 2016年雪佛兰提出全新品牌理念“**梦·创未来**”，为了倡导这一理念，雪佛兰与同样是百年美国品牌、同样有追逐梦想基因的迪士尼携手合作，成为上海迪士尼乐园的长期战略合作伙伴
- 借上海迪士尼乐园开园之际，雪佛兰联合迪士尼，给消费者提供一次免费的迪士尼奇妙之旅



市场环境

- 2016年中国乘用车市场整体增速放缓，主流汽车品牌纷纷价格下探，自主品牌追赶势头强劲，占据中低端位置的雪佛兰压力尤大，亟需提升品牌影响力。



广告主诉求及营销目标

01 广告主的营销需求

通过数字平台引发用户的大范围关注和参与，同时传达雪佛兰品牌理念

02 广告主的营销目标

提升雪佛兰品牌关注度，激发用户自主传播，提升品牌认知



PART 02

项目创意洞察

策略或创意所产生的背景

1 消费者洞察

梦幻和欢笑，是上海迪士尼乐园传递给世人的感受，也是此类人群的特点，而“梦·创未来”的雪佛兰品牌理念和此类人群密切贴合；所以在上海迪士尼开园之际，雪佛兰通过联合推广，希望让更多人知晓两者的密切关系，让更多人感受到雪佛兰充满活力的品牌主张。

2 媒介洞察

那么梦幻、科技、未来.....这些抽象概念如何能够具象融入现实的品牌营销中呢？我们需要具有未来科技感的创新技术，才能吸引具有迪士尼奇们的TA人群，而具有这些属性的“百度图像搜索”技术正是这次品牌营销的桥梁。

3 品牌市场机遇

上海迪士尼乐园，是中国内地首座迪士尼主题乐园，2016年6月16日正式开园，如何借势上海迪士尼开园热点，实现营销传播上的共赢？



PART 03

营销策略

专项合作营销策略



雪佛兰搭载百度 利用图像搜索创新技术 开启迪士尼奇妙之旅

紧抓上海迪士尼开园热点，借助百度图像搜索识别技术，以雪佛兰金领结Logo为纽带，开展趣味互动赢门票，直观传递雪佛兰&迪士尼两品牌的合作关系，扩大影响力

优选方案分析

1 百度图像搜索技术的可行性



“百度图像搜索”现已达到90%以上的识别成功率，并且在百度IDL深度学习下，对于雪佛兰立体logo的识别率已经超过95%

优选方案分析

2 怎样调配流量

➤ 完善自然流量：

不可回避的大前提是，Wise的百度使用PV是百度手机APP端的3倍，故技术端为整合无线端的图像搜索渠道，在手机百度APP端图搜的基础上，追加开发Wise端的图搜，构成了无线端的最完整的自然图搜流量承接

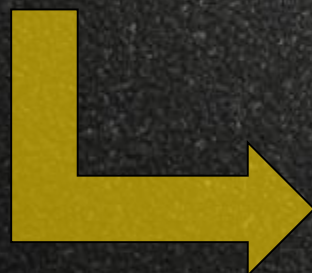
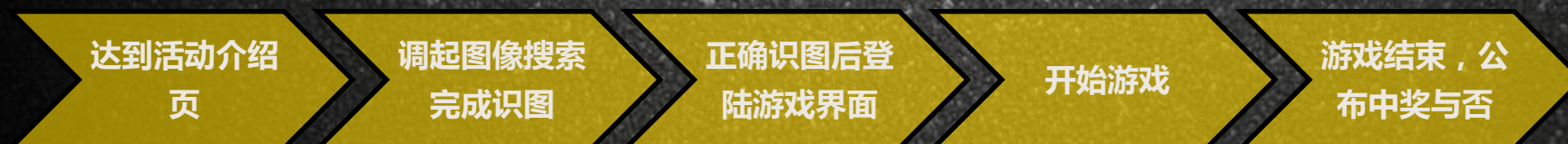
➤ 入口导流调起：

首先，拥有日均上亿PV的手机百度首页Banner无疑是最大、且最有效的导流入口；其次，整合了百度移动端若干优质APP开屏曝光资源（其中包括：百度贴吧、百度云、百度手机浏览器、百度输入法），这些资源位在进行技术打通以后，同样可以同步指向活动首页，为导流添砖加瓦。

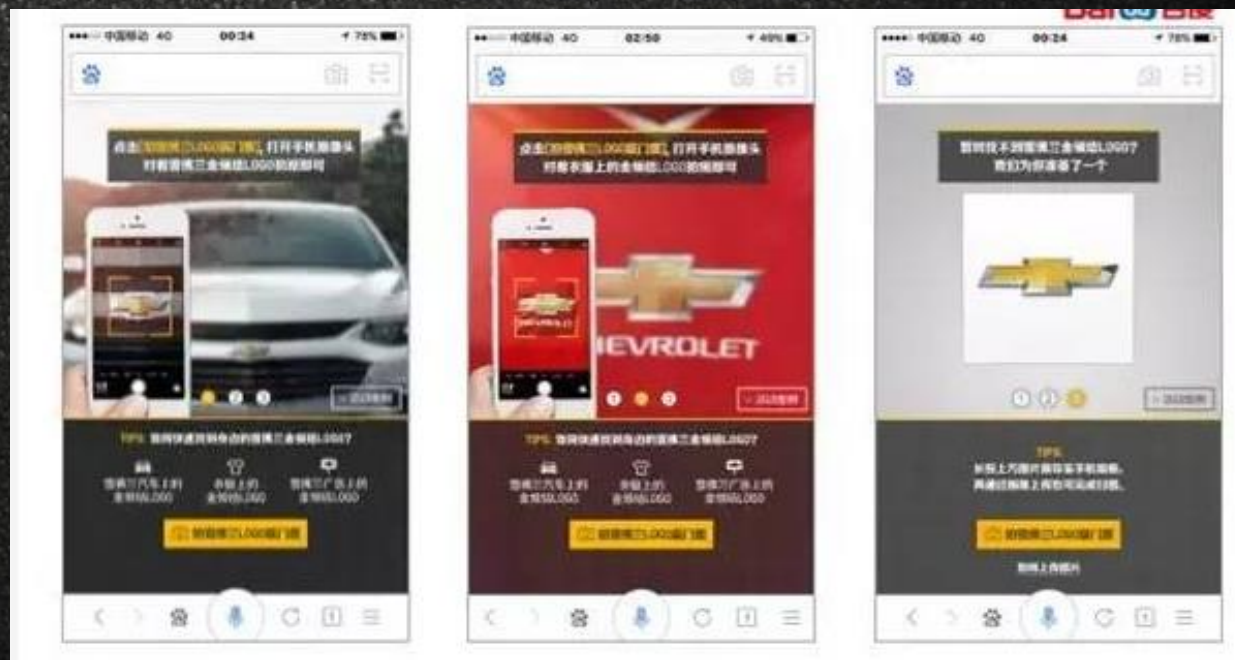


优选方案分析

3 如何设计流畅的活动流程？



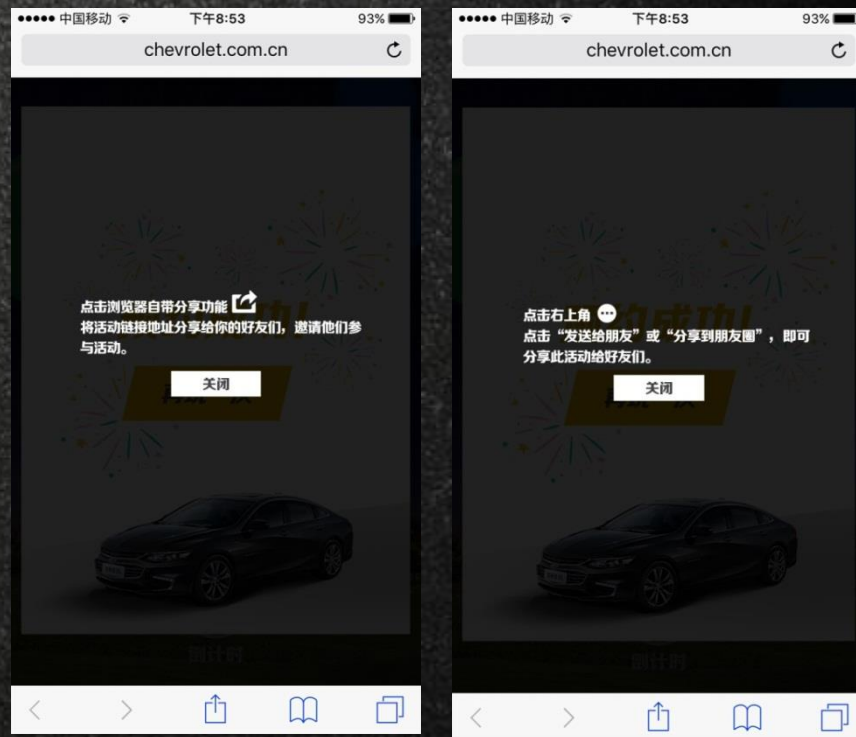
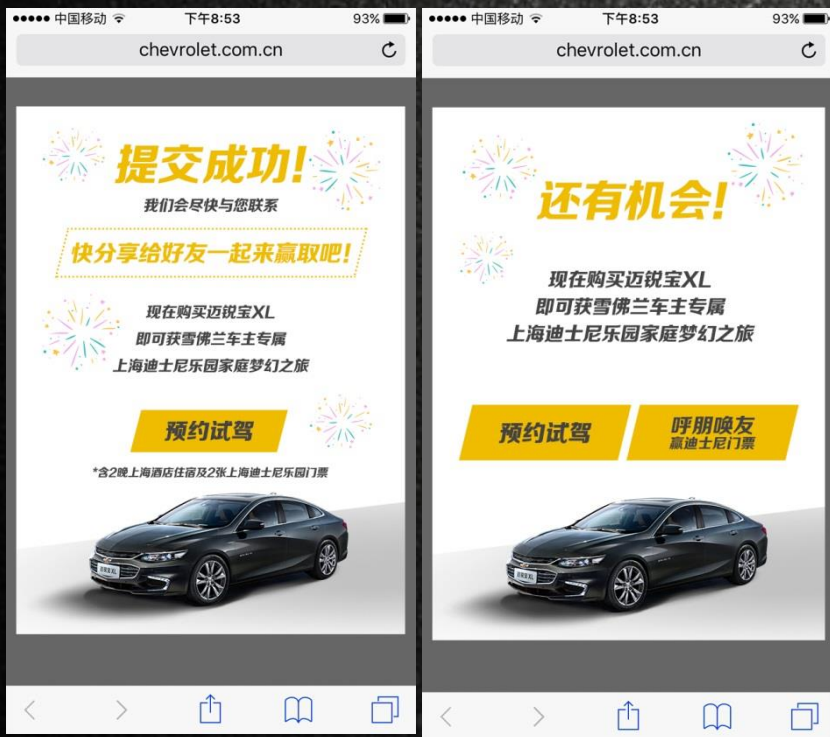
场景化阐释活动机制，同时确保识图失败后仍能继续完成识图





优选方案分析

4 如何做到流量循环？



- 当用户完成游戏后，结果将会很直观展现，运气好的用户会看到“恭喜你”获得了上海迪士尼乐园的门票，只要留咨即能获得该票。而其他用户则会看到“还有机会”的字样，这部分的用户可以选再玩一次，或者微信分享给身边的朋友，邀请朋友们一起参与该活动。

在非微信环境下分享

在微信环境下分享



PART 04

项目执行

方案互动流程



实施过程

1、百度家族5大APP齐发，线上为活动导流



手机百度 百度云 百度输入法 百度贴吧 百度手机浏览器

2、通过4S店线下宣传物料，引导消费者打开手机百度APP或WAP端图搜icon，拍照雪佛兰金领结logo，即可参与



3、联手自媒体KOL传播病毒视频看懂他们在拍什么，引发用户好奇参与



营销头条 嗨小冷 营销兵法

项目费用

预算有效使用
¥ 3,000,000

Step
01

付费媒体支出总额
¥ 3,000,000

Step
02

Step
03

自有媒体及赞助说明

获得了新浪/腾讯/网易/凤凰/
光明网等**26家**权威媒体自主
报道



PART 05

效果评估与社会价值

广告主诉求匹配程度

雪佛兰品牌关注度迅速提升超**40%**，有效提高品牌知名度

方案目标效果

2016年6月20日活动上线当天即引爆全网关注，曝光高达**2.21亿**次，
首日点击量超**207万**次

成功吸引受众参与访问活动超**411万**次，超预估**46倍**

超**10万**人次成功参与互动抢票

获得可观成本效益 [百度移动投放实际CPM为¥9.56，活动CPV为¥0.73，CPA为¥30]



效果论证，提供第三方的数据证明

媒体	频道-点位	预估PV	实际PV	PV完成度	预估click	实际click	click完成度	预估中间页PV	实际中间页PV	中间页PV完成度
百度	手百banner	128,000,000	169,500,000	132%	128,000	626,743	490%	88,141	4,110,725	4664%
	贴吧开屏	60,000,000	39,043,134	65%	90,000	353,217	392%			
	贴吧feeds流	23,754,050	24,314,267	102%	47,508	69,938	147%			
	百度云开屏	15,725,000	15,306,033	97%	15,725	993,413	6317%			
	百度浏览器开屏	11,900,000	13,519,816	114%	11,900	215,994	1815%			
	百度输入法开屏	671,500	1,483,413	221%	672	56,230	8374%			
百度		240,050,550	263,166,663	110%	293,805	2,315,535	788%	88,141	4,110,725	4664%



PART 06

结束语

全文的总结

➤ 技术创新

百度先进的实景**图像搜索识别技术**，打破“文字、二维码”移动搜索介质，开创全新的“图像”搜索之路；**首次商业应用**，实现识别雪佛兰**logo**，触发互动

➤ 四大突破

- 突破技术，行业**首次**使用图像搜索识别技术登陆落地页
- 突破应用，百度图像搜索**首次**商业合作
- 突破端口，百度**首次**打通**APP及WAP**端图搜技术端口，开放全流量
- 突破合作，百度图像搜索**首次**牵手汽车客户

➤ 借机引爆

找准时机：**6.20**日正是上海迪士尼开园后第一周，**借开园热度及门票紧俏之际**推动这波新搜索营销活动，易产生更多关注、参与，也带来更为经济的参与成本和后端效果





企业征信

用户自主分享活动并表示好感



获得客户认可和致谢



THE END

谢谢欣赏