

百度智慧营销助力**红旗58载**征程

公司A

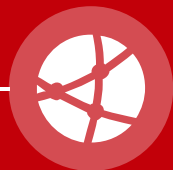
目录



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

1. 红旗汽车58周年，传递“征程58载，时代铸新生”的品牌主张

红旗品牌成立于1958年，到2016年正好58周年，此时红旗提出了“**征程58载，时代铸新生**”的品牌主张，传递红旗坚持自主研发，追求传承与创新的 brand 精神。

2. 尝试全新技术营销，完成从线上到线下的全链路营销

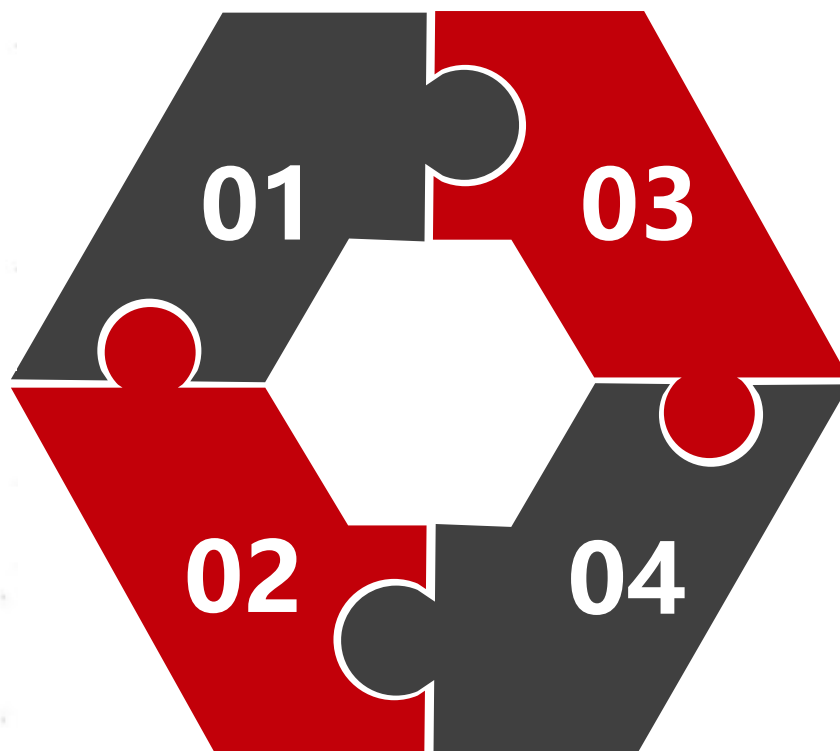
借此时机，红旗希望突破品牌固有的传统形象，**向年轻化发展**，所以在沟通方式上进行了大胆尝试。利用时下最流行的**AR + LBS + 大数据**的方式，借助百度多平台资源，用技术驱动，完成从线上到线下的全链路营销。

汽车行业一趋于理性稳定低增长态势，自主品牌，豪华车型检索增量趋势明显

汽车行业检索趋势



汽车销量趋势



自主品牌检索年环比不断**攀升**
2015年检索量高达**16亿**量级

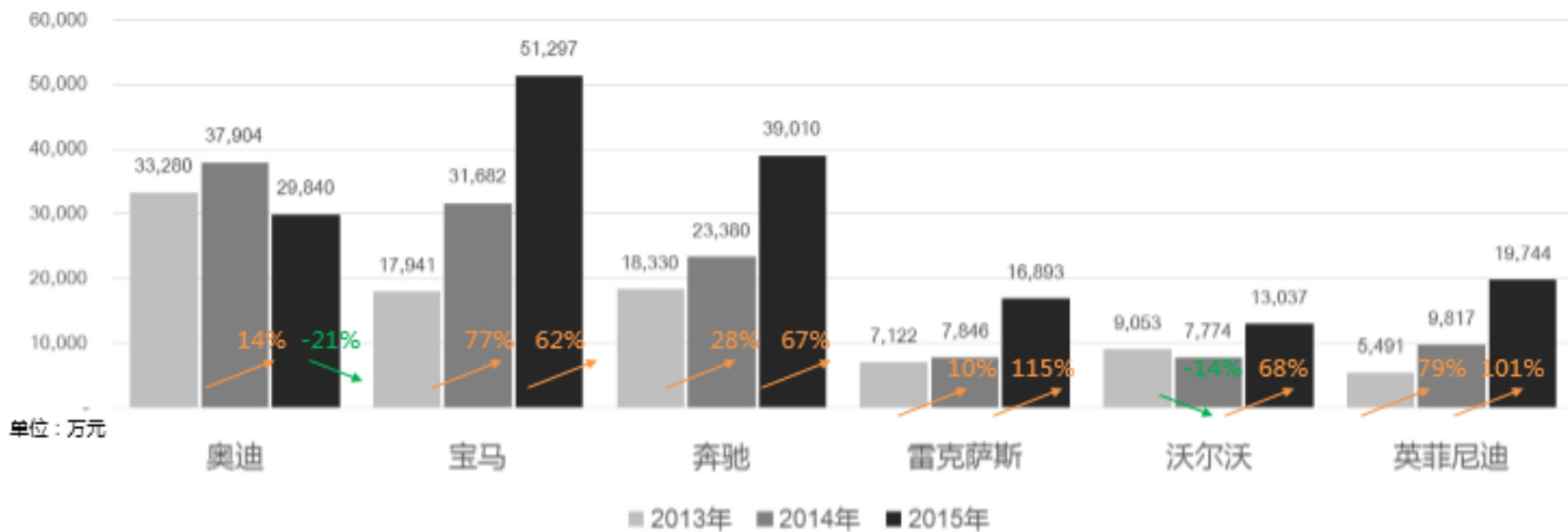


豪华车型检索趋势**攀升**明显



豪华品牌在网络传播上的声量竞争愈发加剧，红旗入局较晚，突破豪华品牌的合围面临一定挑战

2013-2015年各品牌车型及品牌网络花费

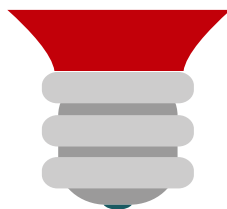
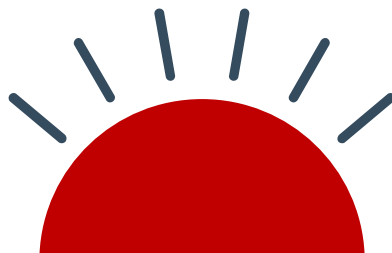


挑战

品牌尚未建立生态传播体系
品牌认知度低，喜好度和转化度低
“国车”形象根深蒂固
消费者更倾向于进口或合资品牌



自主豪华品牌强势占位，活化销售机会



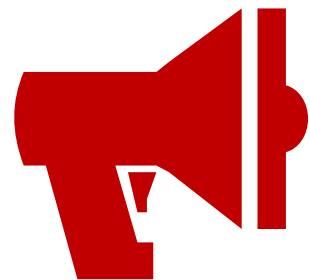
机会

自有品牌崛起
豪华轿车市场需求增长
自主豪华车市场空白



营销 目标

1. 借红旗58周年，传递“时代铸新生”的品牌精神，迅速扩大**品牌声量**；
2. 提升红旗**产品认知度，好感度**，从“国车”形象向年轻化逐步转变；
3. 活化销售机会，提升消费者**到店商机**，抢滩豪华车市场；



PART 02

项目创意洞察



- **人群界定：**

25-45岁 男性为主，收入集中在1-3万区间，人群分布以北京最高

- **人群兴趣：**

金融理财、汽车，社交等兴趣偏好高；在房产、演出、旅行方面TGI更高

- **人群画像：**

热爱工作，渴望成就

追求高品质生活，家庭观念强

热衷旅行，关心国际时事

品牌意识较强

数据来源



红旗
Brand



消费决策重要信息来源

覆盖**95%**中国人

平均每个中国网民每天使用**10**次



规模性能技术全面领先

用户规模**国内第一**

用户市场份额**超过73%**

覆盖**7成**以上车主人群

定位成功率，精度业内**第一**

消费者
Consumer



1. 借58周年感恩送豪礼，引爆消费者关注；

以红旗58周年，感恩送壕礼为传播主题，聚焦用户关注，刺激消费者需求。

2. 新技术的不断涌现给营销带来更多想象空间，加深品牌与消费者深度互动；

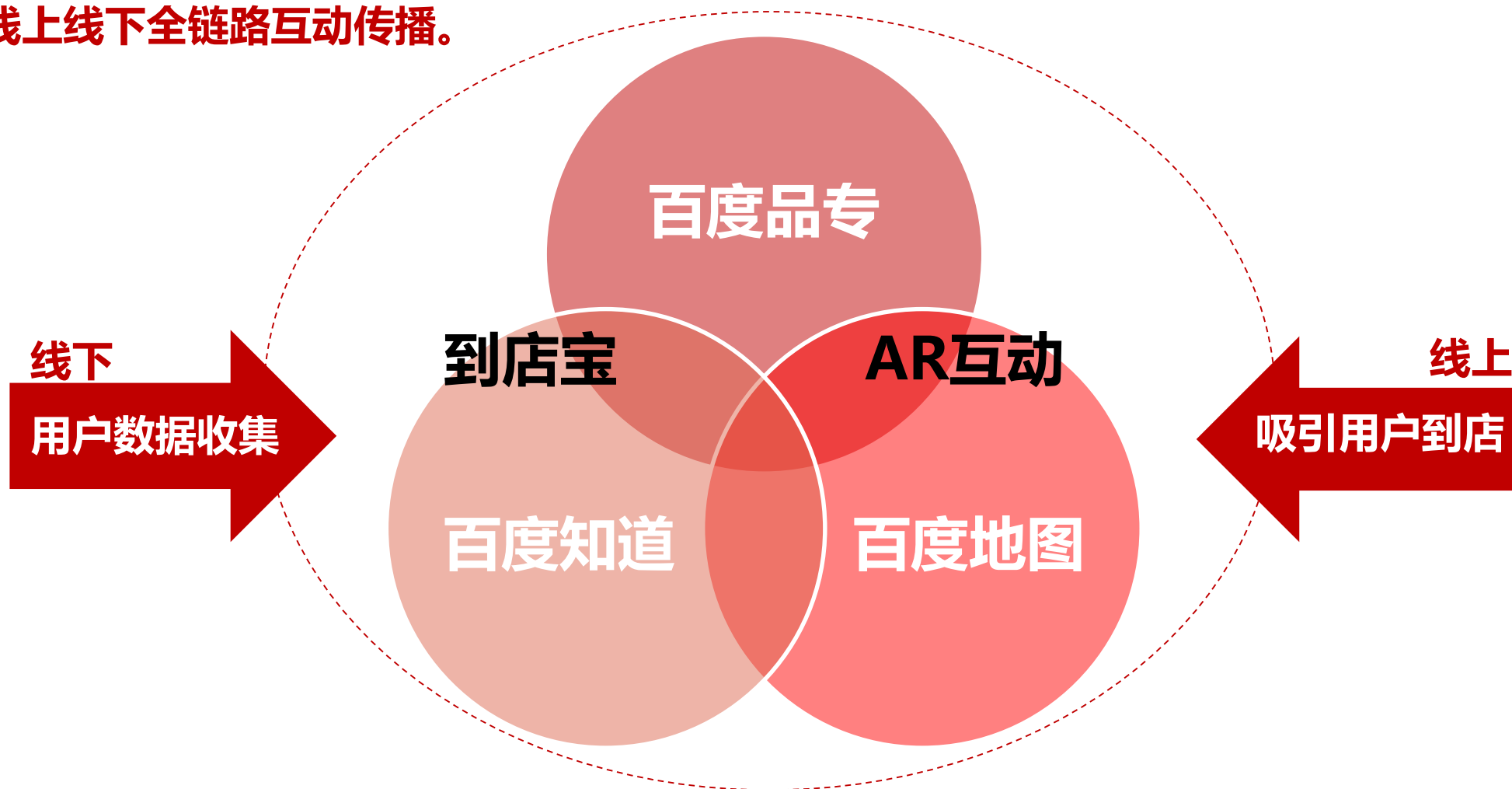
品牌营销推广与新技术LBS，AR融合，加深消费者与品牌的深度互动，增强用户品牌好感度，同时使流量转现更直接，可衡量。



PART 03

营销策略

借助百度最强势的两个平台百度地图和百度品牌专区，利用LBS、AR当下最流行的营销技术，技术驱动打通线上线下全链路互动传播。



优选方案分析

创新性

可行性

01

百度多平台导流，迅速扩大品牌声量

02

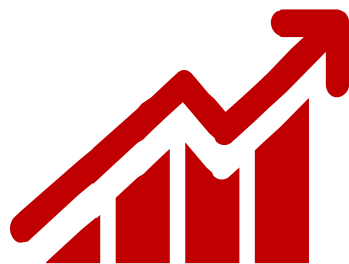
全新技术营销深度互动，赢得用户好感，
提升到店商机

03

百度知道专业引导，提升产品认知度

04

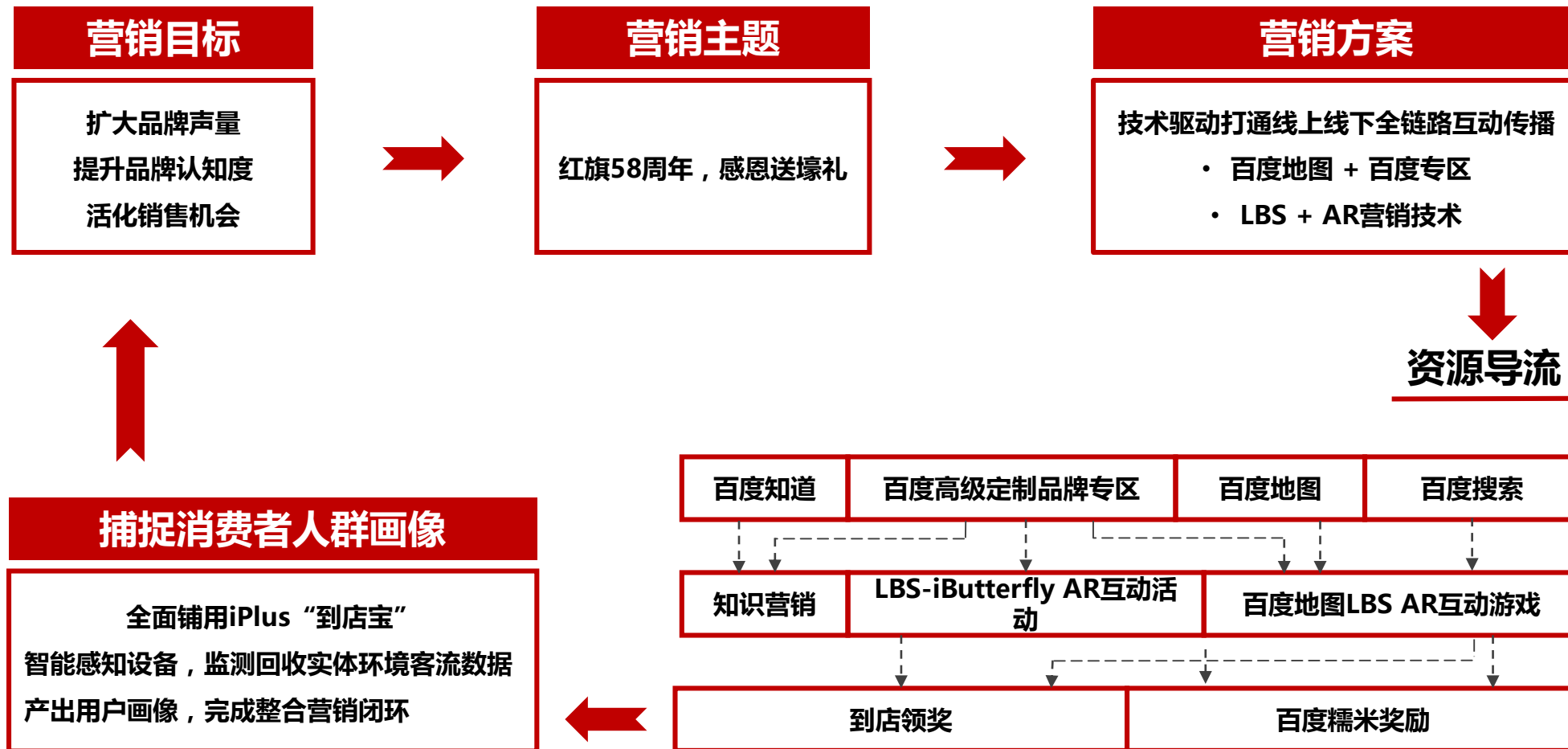
iPlus™到店宝，让线下活动消费者
变得可见、可测、可找回。



PART 04

项目执行

联合百度超级平台，利用最前沿的科技舞动智慧营销，助力红旗58载征程



[illegible]

百度地图LBS AR互动游戏-刺激用户参与活动，吸引用户到店，提升到店商机

全国用户通过引流资源进入红旗58周年AR游戏，地图上显示3辆红旗H7，点击任何一辆车，即可参与游戏，完成游戏即可获得红旗品牌赞助糯米券。用户在豪车商圈、红旗4S店、热门商圈周边1公里范围内，即可在游戏中搜寻到红旗车型，成功启动即有机会得大奖，地图直接导航至最近的4S店。



打开百度地图
搜索框下红色“热词”资源
为游戏入口



在用户所在位置周边
出现红旗H7



根据活动提示
通过点击“收藏”
3辆红旗车视为成功



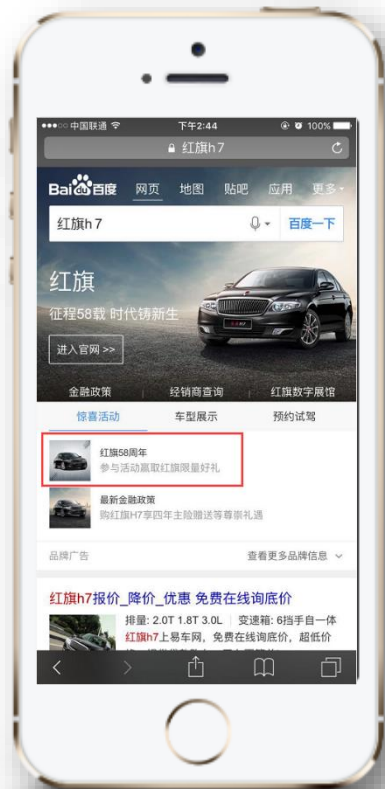
用户填写手机号
之后进入抽奖环节



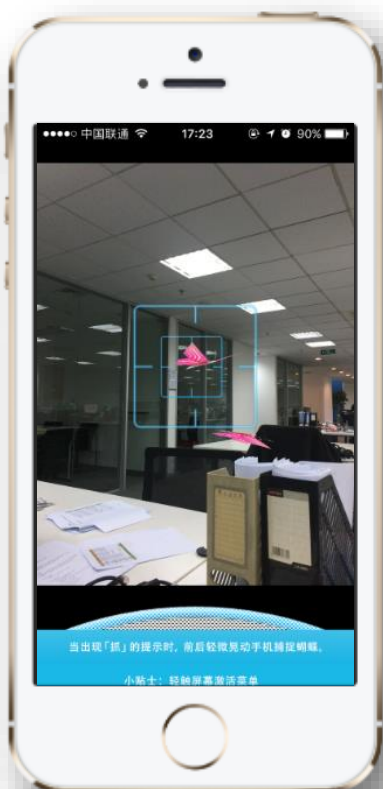
用户到周边4S店领取
奖品

LBS-iButterfly AR互动活动-刺激用户参与活动，吸引用户到店，提升到店商机

在移动端搜索“红旗”品牌关键词，点击iButterfly APP，进行AR互动游戏，捕捉到幸运蝴蝶即可到红旗线下4S店领取礼品



百度高级品专中不同button
点击后跳转到不同的页面



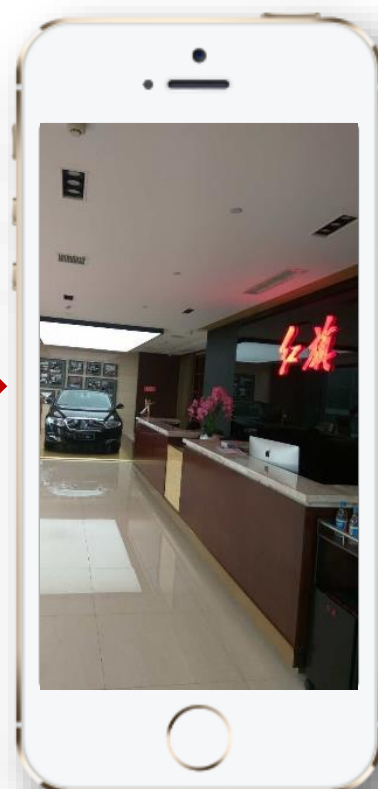
进入iButterfly app
捕捉页面
捕捉神秘蝴蝶



捕捉到的蝴蝶即可点击按钮加入
“收藏馆”



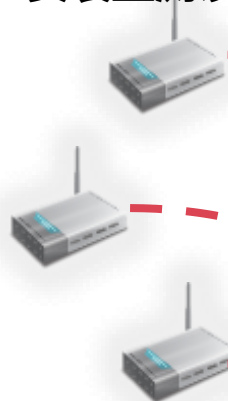
抓住特殊的蝴蝶后，可
参与抽奖



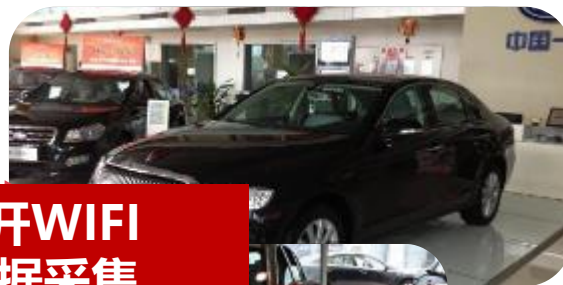
填写个人资料
才能前往线下兑奖

执行过程

在指定红馆
安装监测设备



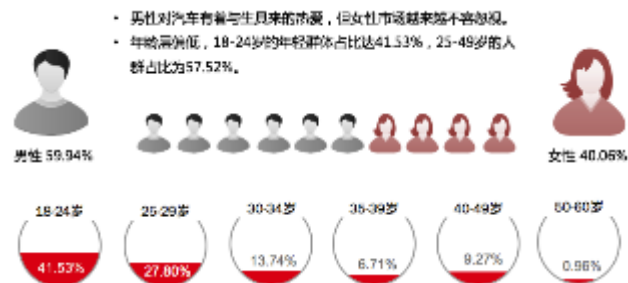
用户打开WIFI
4S店数据采集



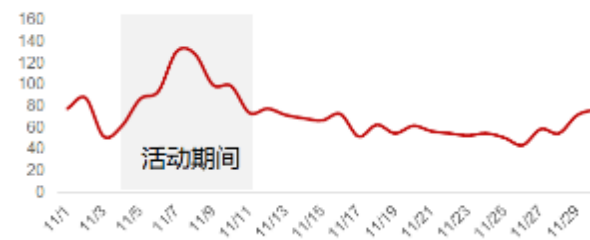
iPlus系统生成客流数据统计分析报表，
通过与大数据的匹配，生成人群画像报告



对整体活动进行数据验证，并产出用户画像



2016.11.1-2016.11.30店面客流监测



对原始数据进行深层清洗，对数据进行剖析,展现活动效果。



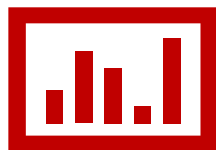
- 采用**AR+LBS创新营销技术**，策划iButterfly及百度地图AR互动趣味游戏，强化产品认知，利用百度地图LBS功能，对竞品4S店人群进行AR游戏拦截，吸引用户到店；
- 利用**到店宝智能感知设备**让线下活动消费者变得可见、可测、可找回；



项目费用

非标资源80万，配合资源69万

红旗百度整合营销整体预算			
序号	项目	说明	预算
1	百度合作及推广	百度品专定制大卡、百度地图入口、百度知识营销、百度糯米推广资源，以及百度地图AR技术互动及制作等。	¥800,000
2	iButterfly产品	iButterfly AR活动，吸引网民前往北京红馆，包含6个城市，7家红馆及商圈。	¥412,870
3	到店宝iPLUS	在北京、上海、杭州、成都、重庆、长春7家红馆设置到店宝设备，每家三台，以便能够快速抓到红馆内的潜在车主，并得出用户画像。共计21台，包含后续分析报告。	¥277,970
Total (含税)			¥1,490,840



PART 05

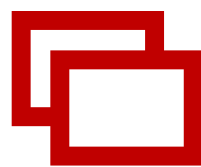
效果评估与社会价值

➤ 目标效果超额完成

- 活动总曝光达1700万以上，点击达25万以上，**超过预期70%**；
- 整体活动总参与量达**10万次**以上，单人参与成本仅为**11.5**；
- iPlus™ “到店宝” 显示到店人数提升**121%**；

➤ 案例获奖

- 获选百度2016Moments商业峰会案例项目；



PART 06

结束语

本次项目在时间紧迫的前提下，代理及客户的高效配合，紧密协调各方资源，利用百度灵犀大数据深入挖掘目标用户行为，技术驱动，为红旗58周年量身定制了一场智慧创新营销。本次活动无论从品牌发声，到用户参与，到店都取得了很好的效果，完美达成客户目标。

红旗本次与百度合作的结合AR+LBS+大数据的创新营销，成为国内技术应用和媒介合作创新的新标杆，迈出了品牌年轻化极为重要的一步。未来，百度地图和AR融合引爆更多互动创新，将为客户创造更大的营销价值。



THE END

谢谢欣赏

