

The image features a dark, textured background. On the left side, there are several stylized gears. One gear is yellow and positioned at the top left. Below it are two larger grey gears. At the bottom left, there is a yellow silhouette of a worker wearing a hard hat and holding a gear. The main text is centered on the right side of the image.

未来与你只有一次搜索的距离

公司：宝马代理公司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

案例产生的背景

背景1

宝马诞生1916年, 一个对汽车工业有着100年积淀的汽车企业来说, 100年对品质的坚持, 100年对消费者的专注, 因此, 本次合作以【情怀】二字和双方合作的基础, 双方均拿出最大化诚意, 尽努力弱化商业化元素, 来喜迎这一历史性时刻的到来。

背景2

借宝马成立100周年之际, 老对手奔驰也借势营销了一把: 感谢宝马100年来的竞争, 没有你的那30年好孤单。一石激起千层浪, 网友自发脑洞各种创意海报刷遍网络。正当大家以为就这么结束的时候, 其实故事才刚刚开始。

市场环境

01

行业情况

豪华汽车品牌市场竞争日渐激烈，奥迪奔驰在搜索上的争夺率已超过了15%

02

热点事件/信息

借宝马成立100周年之际，老对手奔驰也借势营销了一把：感谢宝马100年来的竞争，没有你的那30年好孤单。一石激起千层浪，网友自发脑洞各种创意海报刷遍网络。正当大家以为就这么结束的时候，其实故事才刚刚开始；

03

竞争对手

奔驰130周年纪念日刚刚过去，同时2016年是奔驰的新品大年，新E级的上市为宝马带来了极大的威胁





广告主诉求

01

广告主的营销需求

宝马以创新、追求机制的精神推陈出新。
通过百度无线产品的特性和庞大用户支持度，使大家能够便捷的了解本次的宣传信息。

02

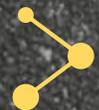
广告主的营销目标

宝马诞生1916年，一个对汽车工业有着100年积淀的汽车企业来说，100年对品质的坚持，100年对消费者的专注，因此，本次以【情怀】二字为基础，首次选择国内互联网公司加入世界事件性纪念日，两巨头间史无前例的互动。



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

汽车行业搜索需求逐年增长，2016年近70%的需求集中在移动端。

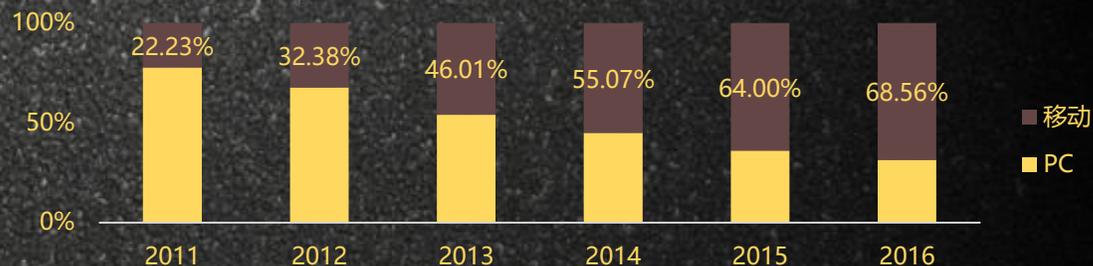
2 媒介洞察

百度在移动端搜索占据了完全的主导地位

3 品牌市场机遇

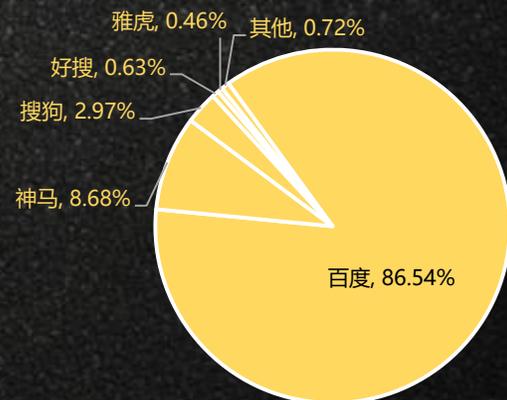
宝马作为汽车行业的佼佼者，在百年生日之际，以汽车文化传承和情怀的角度与百度达成合作

汽车行业搜索需求设备占比

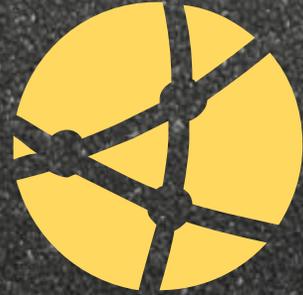


数据来源：百度指数专业版

移动端搜索引擎市场占比



数据来源：Stat Counter Global Stats (Nov.2016)



PART 03

营销策略



实现营销目标的方案选择和优选

宝马百年生日

背景

2016.3.7是宝马百年生日，因为庆典在中国举办时间是5月份。同期并没有大量的媒体投放

目标

传递百年信息，邀请全国大众一起和宝马庆生

方案

- 与百度APP和WISE端背景合作，突出宝马百年传承，传递信息。
- 背景非广告资源，点击后需链到关键词的搜索结果页，以大卡作为承接主体，详细介绍百年信息。
- 大卡作为广告，提供了相关新闻以及宝马官网的入口

宝马百年庆典

背景

2016.5.5是宝马百年在中国的庆典，同期会有大量的广告投放，同时配合798的线下活动

目标

- 精准触达用户，传递庆典信息，增强用户互动
- 方案
- 与百度地图多方资源联合推广
- 在首页，搜索页以及路线页全面覆盖用户，传递信息
- 基于百度大数据，精确定向核心人群，通过Push信息准确触达



优选方案分析

01

可行性

合作形式的影响力与创新性完全符合客户需求。
传达的信息并非硬广，可以满足与百度深度合作的要求

02

可能性

宝马以创新、追求机制的精神推陈出新，和百度强强合作开启全新互动方式，可以向大家展示品牌营销中，关键平台的关键和可依赖的双重价值。

03

创新性

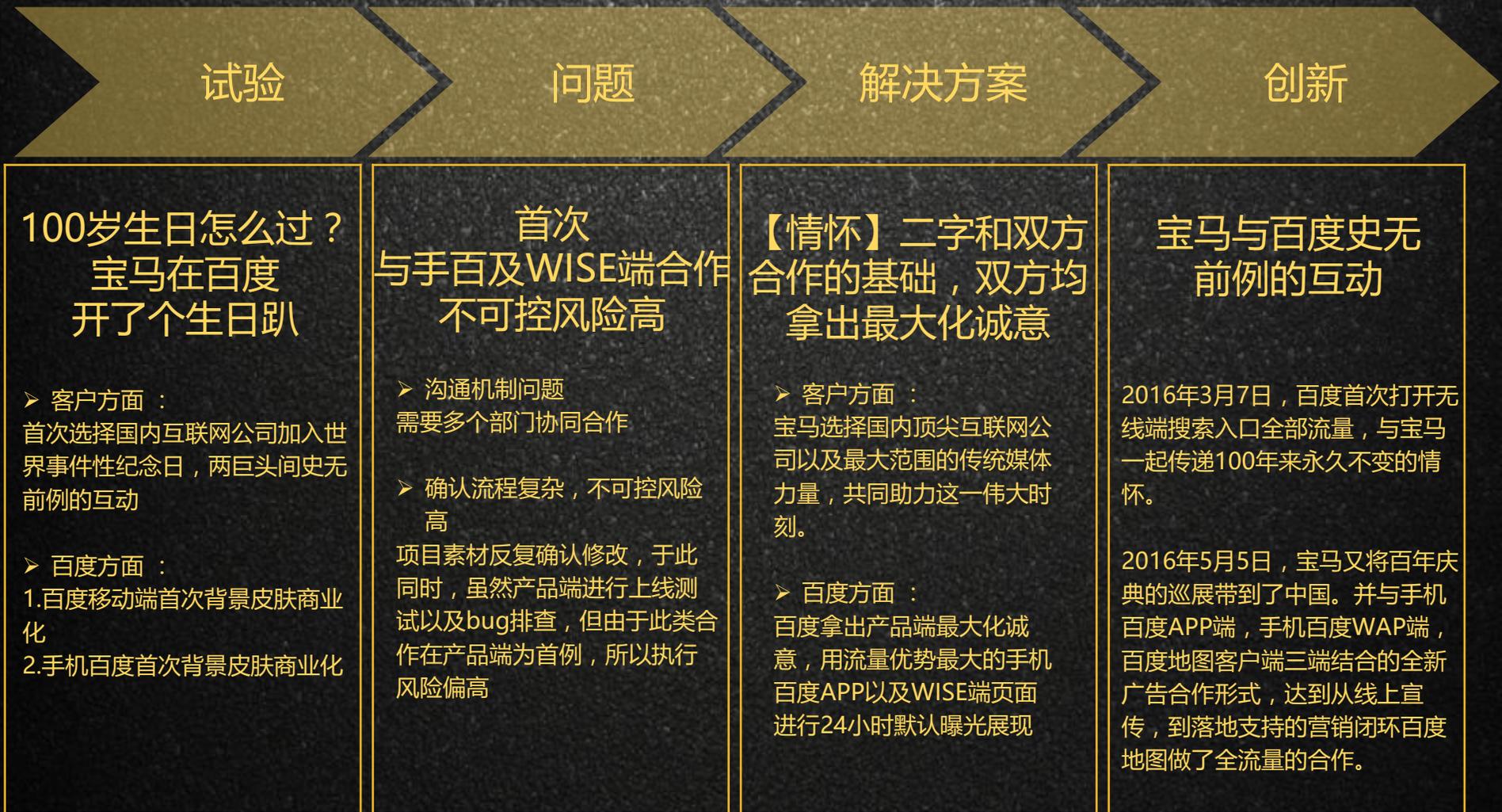
两巨头间史无前例的互动



PART 04

项目执行

实施过程





PART 05

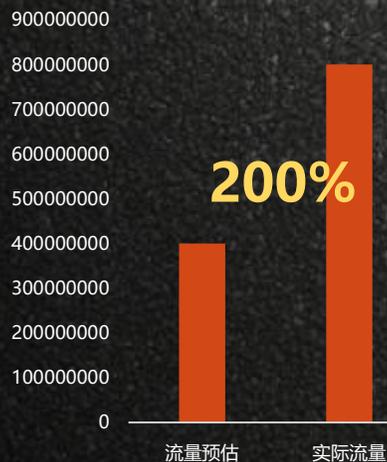
效果评估与社会价值

广告主诉求匹配程度

入口1
APP端



入口2
WISE端



宝马品牌移动端检索量
在3月7日当天同比增幅**700%**
接近**350万**，如图。

手机百度APP+百度WAP端曝光总计**8亿**
大卡展现**810万**，大卡点击**239万**
大卡点赞累计**33万**

方案目标效果

入口1
APP端



上线时间：3月7日 零点
机制：全流量默认展现

入口2
WISE端



上线时间：3月7日 零点
机制：全流量默认展现

特型卡片



上线时间：3月7日 零点
机制：点击手百或WISE端背景皮肤后，进入宝马100周年移动端专题页面重要新闻尽收眼底，用户还可以参与一起为宝马百年点赞活动。

宝马H5



上线时间：3月7日 零点
机制：点击移动页面详情页面后，跳转至宝马BMW客户移动端LP，进一步详细介绍宝马100年历史发展进程

方案目标效果

首页搜索框
下小黄条

热词

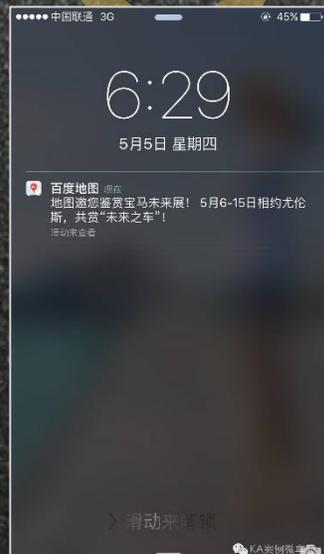
路线小黄条

Push信息

活动专区
Banner

活动现场
标记

宝马LP



上线时间：5月5日 零点
机制：全流量默认展现

作为搜索入口，提供第一手的用户提示，引导用户关注宝马百年纪念展

上线时间：5月5日 零点
机制：全流量默认展现

在用户搜索进行输入时，再次以热词形式引导用户点击搜索

上线时间：5月5日 零点
机制：全流量默认展现

作为行车路线下方小黄条，引导用户体验宝马人工智能

上线时间：5月5日 零点
机制：精准定向

位于用户通知栏菜单显示，作为强势曝光资源，引导鉴赏宝马未来展

上线时间：5月5日 零点
机制：全流量默认展现

在活动专区，以预约鉴赏活动形式引导用户关注百年宝马概念车

上线时间：5月5日 零点
机制：全流量默认展现

在地图底图突出显示，增强用户关注宝马百年纪念展

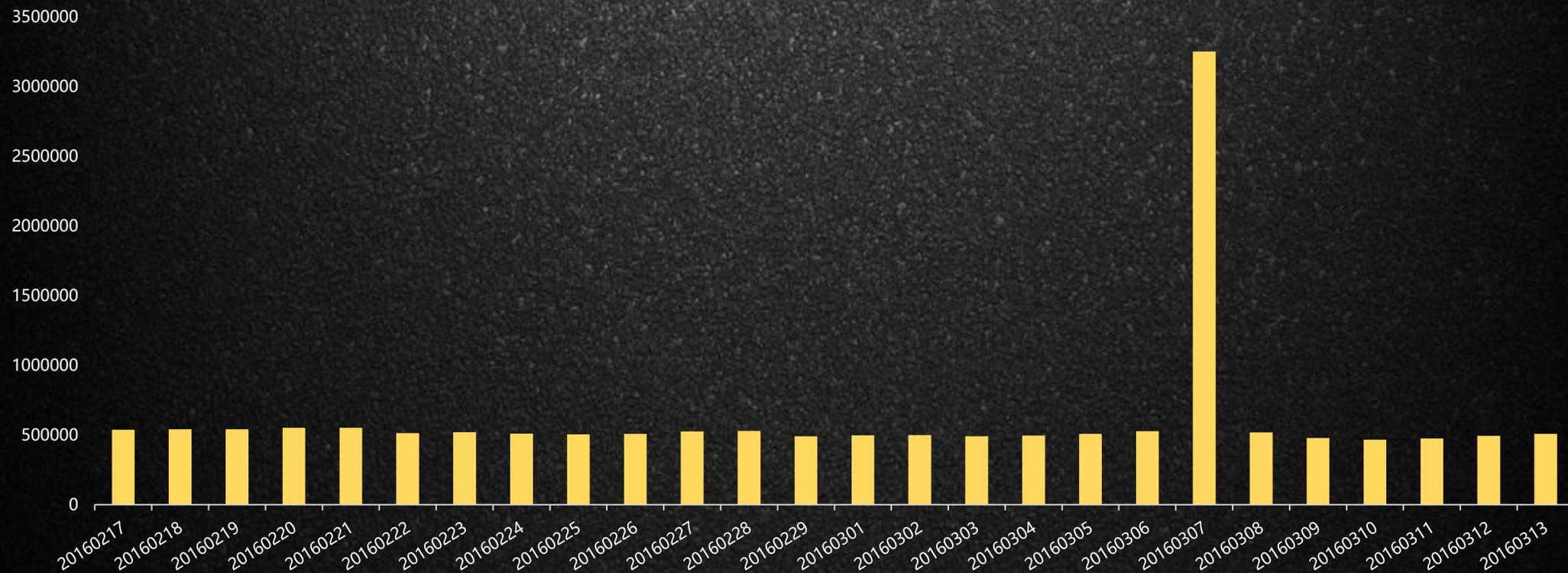
上线时间：3月7日 零点
机制：点击活动Banner跳转至宝马BMW客户移动端LP，了解宝马百年的文化传承

效果论证，提供第三方的数据证明

宝马品牌百度指数当天飙升7倍

宝马品牌移动端检索量在3.7日当天同比增幅**700%**，接近**350万**，如下图。

手机百度APP+百度WAP端曝光总计**8亿**，大卡展现**810万**，大卡点击**239万**，大卡点赞累计**33万**



社会影响

据统计，3月7日无线端总共曝光量接近8亿，百度与宝马在无线端这次合作在业内好评如潮。

100岁生日怎么过？宝马在百度开了个生日趴

2016-03-07 17:09:45 中华网

< 搜狐首页

对口型大作战



遭奔驰“截胡”的宝马借百度放出了大招

03-07 20:18 Alter聊天...

21778 设置

BMW与百度互动:非无人驾驶 是创造未来

03-07 06:43 搜狐汽车

设置

网易汽车

网易首页 应用

网易考拉

LOFTER

BoBo

✉

网易首页 > 汽车频道 > 业界新闻 > 正文

宝马与百度史无前例的互动：这次不是无人驾驶 而是创造未来

2016-03-07 11:04:58 来源：网易汽车

40

版权声明：本文为网易汽车所有，转载请注明出处。

易信

微信

QQ空间

网易汽车3月7日报道 今天，当你在移动设备上打开百度搜索时，一定会大吃一惊。——宝马与百度正在首页开启史无前例的互动，共同向网友发出邀请，见证宝马未来100年的驾驶乐趣！



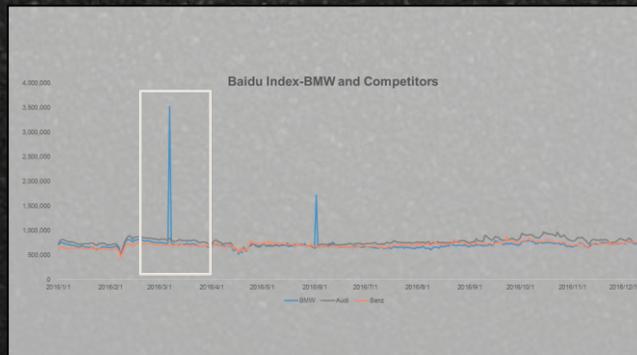
PART 06

结束语

全文的总结

- 豪华汽车品牌 V.S.互联网巨头史无前例的合作
- 注重用户体验，软性合作与硬广的完美结合
 - 激发用户兴趣，提高用户关注度

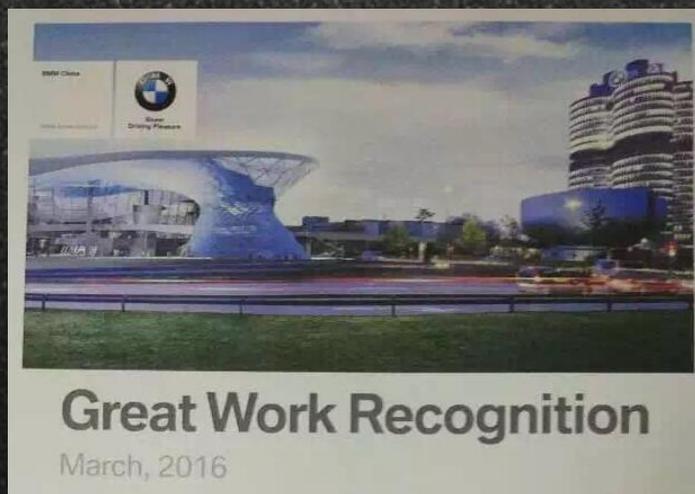
百度背景 **800,000,000** 曝光
大卡点击 **239万**，大卡点赞累计 **33万**
百度指数达到历史上的峰值



百度地图
曝光: **1.5亿**
点击: **1百万**

企业征信

宝马非常感谢百度此次合作的配合，并在未来的项目规划中不断寻求与百度的合作机会
2017年的年度规划中百度仍然作为宝马的重要合作伙伴，共同协助宝马完成更多的成功营销
此项目在宝马内部也得到了表扬



THE END

谢谢欣赏



LOGO