

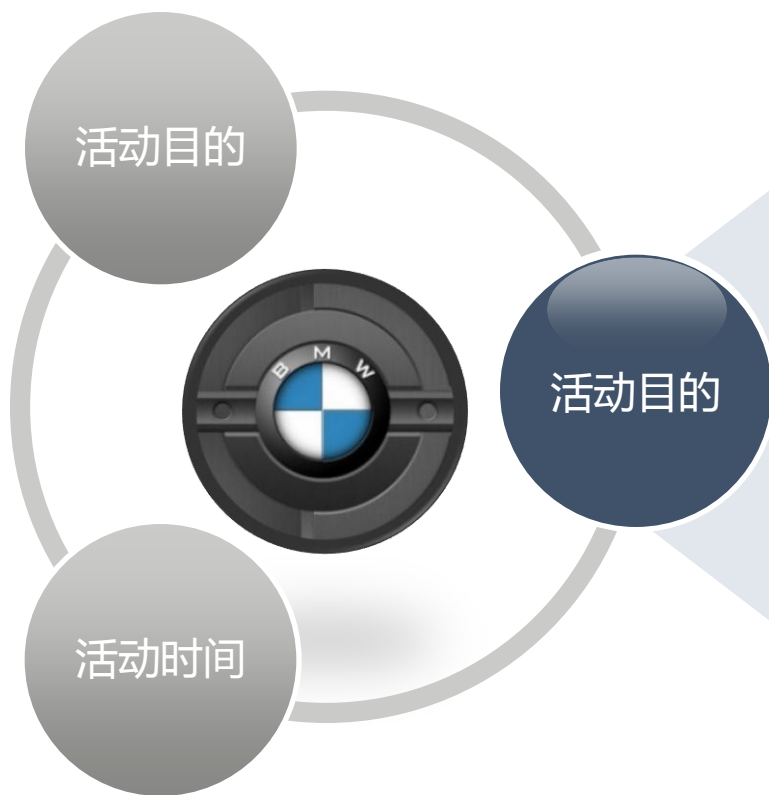
宝马CLUB3活动

MIND案例分享



腾讯广告部 2009 年10月19日

活动描述

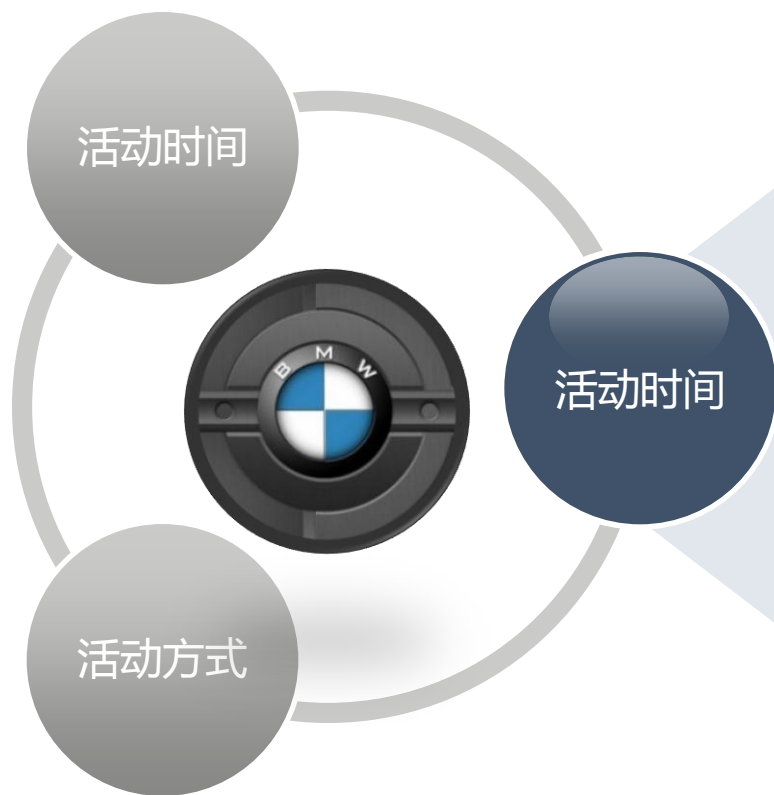


活动目的

配合宝马的Club3 公关活动，通过互联网达到活动招募、产品推广、提升企业品牌在用户中的美誉度等诉求



活动描述

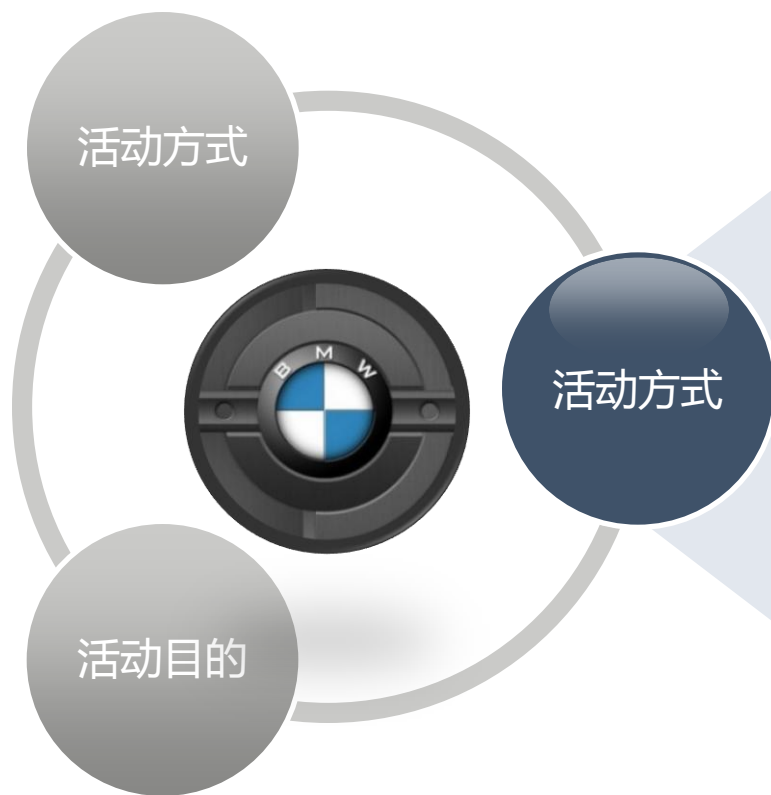


活动时间

2009.08. -09.9, 1个半月时间。中间穿插线上“时尚达人”评选活动



活动描述



活动方式

用户登录活动网站后，点击相关页面“我要参加”按钮或参与Club3线下活动的报名，填写注册用户资料将有机会参与今后宝马的其他活动。同时，用户还可参加网络上的“时尚达人”活动，赢取BMW3系车模或线下活动入场门票



活动流程



简单快捷的参与方式，可以让用户更容易的参与和融入活动，并且上传作品后可以获得奖品和落地活动门票的奖品，奖品是激励用户参与的一个很好的方式。



腾讯推广策略

定向互动+内容营销，受众与产品的深入沟通



➤最影响力的主流媒体，覆盖海量宝马受众

➤产品融入互动，与用户深入沟通

➤精确定向工具，锁定3系目标受众



合作亮点

➤ 网站+客户端的跨平台整合模式

此次活动的网站+客户端的跨平台整合模式更大的扩大了用户范围，在海量曝光的前提下保证了对有效受众的精准覆盖，提升了传播效果。

客户端定向广告



腾讯大成网定向投放



➤ 定向投放+地方站合作的形式

定向投放+地方站合作的形式被第一次使用，从这次活动效果来看，定向的效果是定向非常好的。在只有7个城市的定向，依然取得了巨大的曝光和点击。4个腾讯的地方站很好的完成了线上结合线下的工作，并且在整个活动过程中，扮演了重要角色。



MIND

The Tencent MIND
腾 讯 智 慧

Measurability
可衡量的效果

Interactive
Experience
互动式的体验

Navigation
精准化的导航

Differentiation
差异性的定位



Measurability 可衡量的效果

--用可衡量的数据来体现在线互动式体验营销的有效性、可持续性 & 科学性

大影响

品牌活动大影响力实现

传播期间2009年7月26日-2008年9月19日产生**13.5亿**以上的总曝光量，近**24万**次的总广告点击量。

客户端定向广告



订阅TIPS定向投放



汽车频道Button1



Measurability 可衡量的效果

--用可衡量的数据来体现在线互动式体验营销的有效性、可持续性及科学性

大回响

活动期间吸引大量目标消费者关注及主动参与，引发大回响

活动平台总PV：**858,103** 总UV：**802,311**



线下报名参与总人数：**4745**

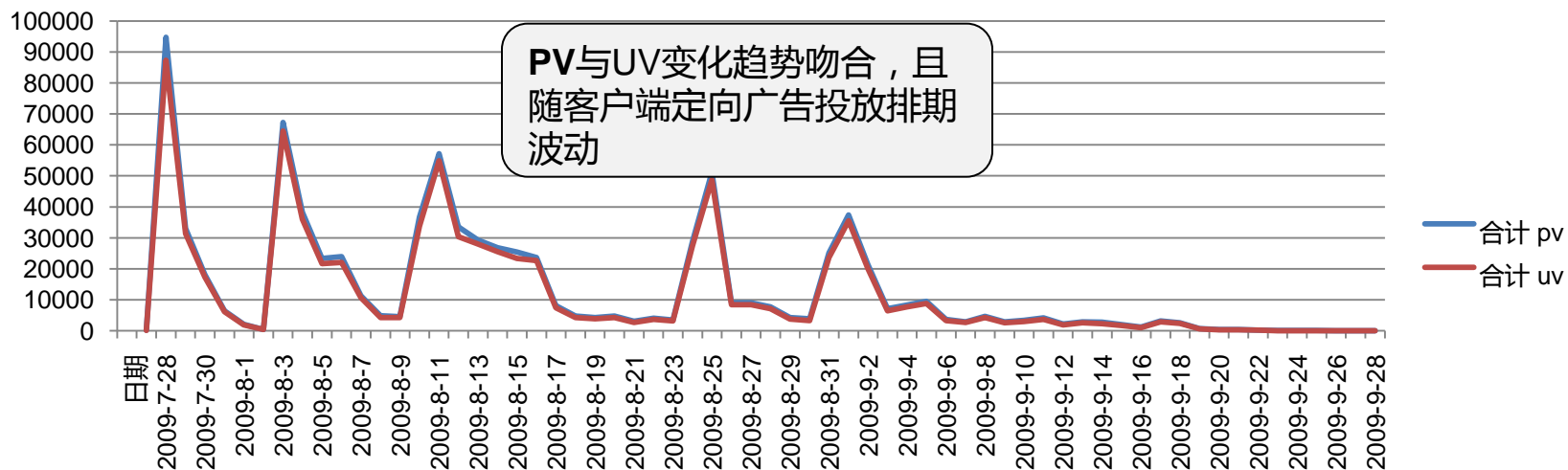


Measurability 可衡量的效果

--用可衡量的数据来体现在线互动式体验营销的有效性、可持续性及科学性

大回响

活动PV和UV分析



活动平台总PV : **858,103** 总UV : **802,311**



Interactive Experience 互动式的体验

--通过品牌与消费者的互动来创建和消费者之间的网络沟通方式

参与

-通过参与实现关注

在线注册报名



简单的互动方式



丰富而具吸引力的奖品



提升网友参与性



Interactive Experience 互动式的体验

--通过品牌与消费者的互动来创建和消费者之间的网络沟通方式

参与

-通过参与实现关注

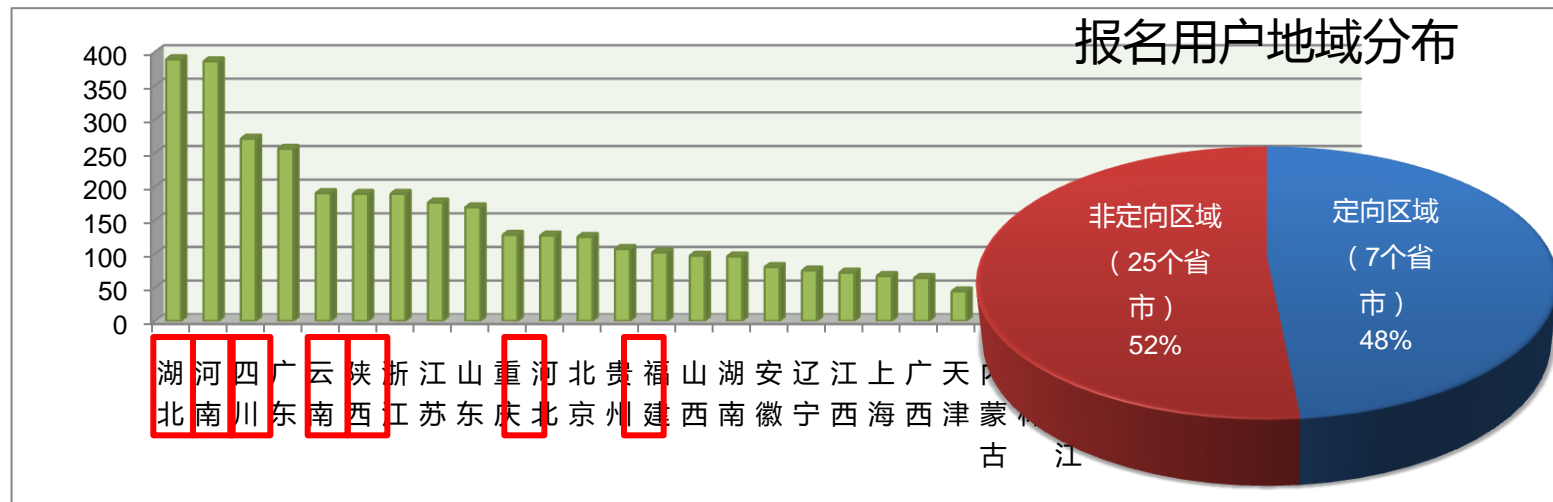
网友用各种形式的图片表达对宝马3系的喜爱



Navigation 精确化的导航

一对于不同的目标受众，在互联网上实现更有针对性的定向解决方法，从而更有效实现推广目的

精准锁定7城市目标受众



➤本次活动针对7个区域进行定向投放，从报名参加Club3活动受众的地理分布可以看出，本次定向投放有效提高了定向区域的报名人数；

➤在其他省市同样存在着大量的目标受众，通过其他各种途径了解活动并异地报名，他们成为宝马3系在腾讯平台最活跃的有效受众。

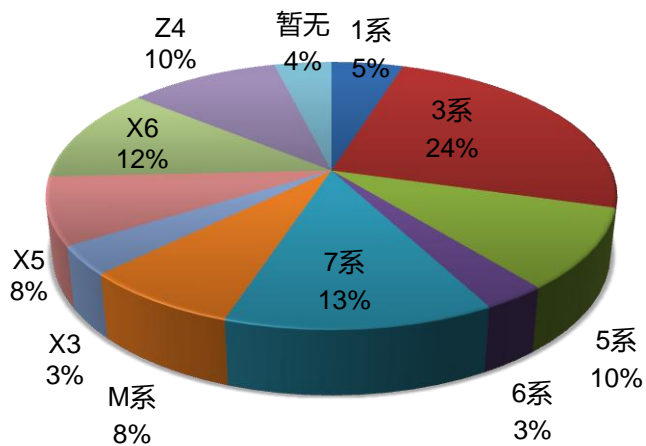


Navigation 精确化的导航

—对于不同的目标受众，在互联网上实现更有针对性的定向解决方法，从而更有效实现推广目的

品牌信息精准传递给推广目标受众

感兴趣的车型



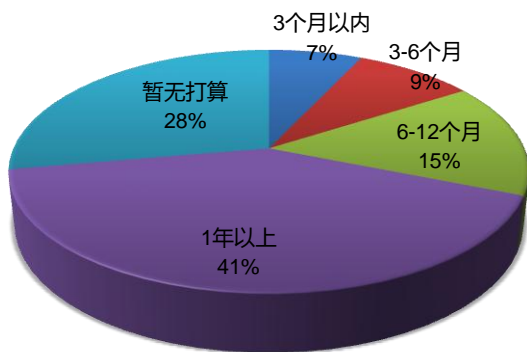
3系车型以**24%**的比例成为受众最感兴趣的车型，远远超过其他车型，反映出本次活动精准的锁定3系目标受众



Navigation 精确化的导航

—对于不同的目标受众，在互联网上实现更有针对性的定向解决方法，从而更有效实现推广目的

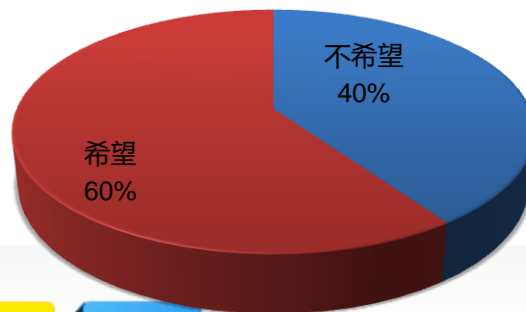
未来购车计划



参与受众一年内有购车计划的占总数的**31%**，活动精准锁定宝马潜在消费者

是否希望经销商联系

活动锁定的有效潜在受众占比**60%**



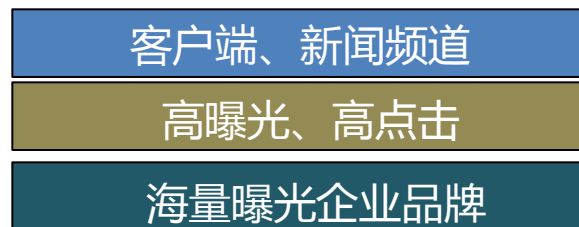
Navigation 精确化的导航

—对于不同的目标受众，在互联网上实现更有针对性的定向解决方法，从而更有效实现推广目的

汽车频道Button1		
项目	曝光	点击
总计	146,970	1,326
汽车频道通栏广告1		
项目	曝光	点击
总计	421,301	1,538
汽车频道底层页矩形大图		
项目	曝光	点击
总计	2,311,940	3,868



客户端Rich Button		
项目	曝光	点击
总计	1,339,815,440	222,922
新闻频道通栏广告3		
项目	曝光	点击
总计	14,755,835	3,559
新闻频道底层通栏2		
项目	曝光	点击
总计	2,377,843	2,071



在实现企业品牌信息高曝光、高点击的前提下，针对目标的访问习惯，有针对性的进行投放，实现对汽车用户的有效覆盖。



Differentiation 差异化的品牌沟通

—具差异性的在线推广才可使广告主的核心品牌价值得以延伸

Consumer 消费者

- 改变传统汽车行业与年轻消费者的沟通方式
- 将品牌信息融入互动体验中，用互动体验激活受众的品牌感知

Communication 品牌沟通

- 品牌以宝马3系“试驾活动”为核心展开沟通
- 受众在上传、评论、投票、报名等参与的过程中理解品牌理念

Convenience 便利

- 品牌深度结合在线平台，使年轻用户在不可或缺的在线生活每一时刻每一角落可随时触及，了解品牌并产生良性关联



BMW 中国



Sheer
Driving Pleasure

腾讯汽车



谢谢
Thanks

