

创新BMW X2上市 -- “做什么都型”

- ◆ **品牌名称:** 华晨宝马汽车有限公司
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2019.09.01-12.31
- ◆ **参选类别:** 整合营销类

- 2019年10月，国产X2上市。作为重点推广的车型，在接轨国产定价的同时，一辆小而精致的紧凑型豪华SUV的市场需求就此诞生。视频是年轻一族最喜爱的social内容，我们以一系列潮流、时尚、轻松的视频打造X2“做什么都能型”的形象

- 宝马的X系列向来具有“跨界”基因，X2作为一款小众车型，市场声量较低，受众面较窄。希望通过市场营销行为，提升产品声量，并触达精准圈层受众。
- 选择细分潮流KOL -- 通过烫最炸的头，唱最火爆的歌，吃最地道的炒肝儿，做最飒的北京女孩的张蔷和没有感情的代码，灵魂有趣的段子，只要审美独立，不管数字还是文字都能有型的脱口秀达人庞博，触达精准圈层，受到年轻市场的追捧。
- 后期，化身全能【都型掌柜】的庞博，在广州艳芳照相馆这一新旧碰撞出的潮流根据地里喜迎八方潮人，提供拍照到修图一条龙服务，为到场的各路型人导演一出时尚烟火气大秀。

- 传播信息点
- 宝马X2定位了最年轻、最先锋、最容易接纳新鲜事物的一群年轻人，他们可能是刚刚步入社会的95后。潮牌、跨界，不妥协不走寻常路，应该是他们的座右铭。
- X2的受众是一些“特立独行”的人，而X2本身也充满了个性。“做什么都型”的态度正是X2与受众的精神契合点。
- 传播内容和方式
- 通过圈层营销、地域营销，精准触达年轻受众，同时在兴趣媒体上进行内容种草。
- 邀请Disco女王张蔷、脱口秀达人庞博宣扬“做什么都型”的态度，同时在毒APP、小红书上做内容种草，并邀请汽车达人与时尚网红跨界讲车。
- 联合公路商店在北、上、广创设型格超市快闪店。

- 案例链接:
- 1.张蕾视频链接:
 - https://weibo.com/1698264705/lmqk2jFJb?from=page_1006061698264705_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment
- 2.庞博视频链接:
 - https://weibo.com/1698264705/lmJMbnL9v?from=page_1006061698264705_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment
- 3.毒APP合作开箱视频链接:
 - https://weibo.com/1698264705/ldMgR2sDO?from=page_1006061698264705_profile&wvr=6&mod=weibotime

- 项目总阅读量1.7亿次，总互动量99万次；
- 视频共获得9,198万次播放，90万次互动；
- 车型官网页面和小程序在活动期间共收集到716个注册数据。