

6.18奥迪好物节整合营销

- ◆ **品牌名称:** 奥迪
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2020.06.01-06.21
- ◆ **参选类别:** 电商营销类

背景

作为全球知名的豪华汽车品牌，一汽大众-奥迪一直在中国销量表现优异，连续多年位居**豪华品牌销量第一位**。

根据中国豪华汽车销量榜单的数据显示：奥迪、宝马、奔驰
2105年的销量分别为570889辆、463730辆、374459辆；
2016年的销量分别为591554辆、516355辆、472844辆；
2017年的销量分别为597866辆、594388辆、587868辆。

2018年和2019年间，一汽大众-奥迪的销量**优势在不断被压缩**，甚至以微弱优势超越。

2020年需要**一场漂亮的促转化战役**

坚定一汽大众-奥迪豪华汽车品牌**销量霸主**的地位。

目标

目标1：认知

通过新颖的直播手段重新刷新消费者对于一汽大众-奥迪以往成熟稳重豪华车企的形象认知

目标2：关注

全国范围直播/台网联动/四大媒体引流/各官方渠道通力合作共通吸引消费者的注意力

目标3：购买

品牌方全国通用政策+区域优惠政策+经销商门店政策共通加持，促进消费者购买转化

目标4：忠诚

老客换新计划，多种金融政策加持，加深老客户对于一汽大众-奥迪品牌的忠实度

目标5：品牌

通过直播亲切接地气的形式，面对面一一回答消费者的问题，提升消费者对于品牌的好

洞察

6.18作为新冠疫情缓解后第一个全国性的大型线上购物活动，承载着压抑已久的消费欲望释放的重任；

在新冠影响下，一汽大众-奥迪的意向客户不断增多，需要一个契机进行转化。

6.18 奥迪好物节 打造零售新模式

线上线下全渠道

线上台网联动：
湖南卫视 天猫 京东 搜狐 58汽车



线下总部区域经销商三级联动



创意

汇政策

三级政策联动，
总部+区域+经销商

促销量

线上赋能线下，
总部/区域精准
投放转化公域
流量；依托直
播载体，打通
总部区域流量
及政策

盘库存

激活存量集客，
经销商联动盘
活私域流量，
配合直播集客
到店促转化

核心策略

大众**消费升级**需求，也能通过近几年豪华品牌销量上升中窥得一二。

好物特指生活中能帮助消费者提升生活品质，获得更美好生活的一切物品，也代表**消费者积极向上的生活态度**。

6.18奥迪好物节旨在释放消费者**对于理想生活的向往以及热爱**。

营销亮点

6.18奥迪好物节直播，通过长达1个月的活动政策不断调整，旨在提供一份最符合消费者期待的，真切提供优惠的福利政策，并且在以下3个维度进行了缜密的思考使整个活动获得成功。



场景

整个直播活动选在一汽大众-奥迪首个新能源城市展厅——杭州e-tron体验中心，也是中国目前唯一一个豪华汽车品牌的新能源城市展厅。

形式

通过与成熟的汽车直播团队通力合作，采用电视直播的设备以及规格标准，启用熟悉汽车领域的优秀电视节目主持人保证整个直播活动气氛和精彩程度。



节目嘉宾

著名主持人**谢楠**

搜狐集团创始人**张朝阳**先生

抖音最大汽车垂直类KOL**虎哥说车**

选取三个不同的领域和维度

尽最大可能**网罗不同领域和喜好的消费者**

明星主播带货



线上

- 整个直播过程中，设置多轮**红包雨**满足消费者的小惊喜需求；
- 在车型优惠政策的同时，设置多轮**截屏抽奖**，保证随机性和公正性提升消费者的认可度；
- 提供多种购车人群相关的**豪华礼品**，加持和回馈消费者购买产品；

线下

- 并针对线下订用户提供专属**抽奖活动**，进一步提升消费者购买的优越感和积极性。

三轮秒杀加互动抽奖

超值秒杀

A4L订金膨胀，618元抵6180元
一年免费车辆商业险

颜值秒杀

限量哑光天云灰定制尊享版
B&O无线耳机，1年QQ音乐会员资格

好礼秒杀

买A4L赠科技好物大疆无人机
时尚好物戴森吹风机



虎哥说车深度剖析Q5L

知名汽车媒体虎哥说车对Q5L进行深刻解读
限时买赠，儿童滑板车
Q家族秘密基地探索体验
更有超大金额三亚酒店体验券等你来拿



奥迪e-tron车主张朝阳 在线发红包

张老板选择e-tron的理由是什么？
首发车主在线解答，
揭开e-tron的神奇面纱
多轮万元现金红包雨，
5分钟强势来袭



直播2小时



在线观看人数
627,529人

全新奥迪A4L直播订单
626辆



全部新车订单数
717辆

全部新车订单销售额
224,244,000元

6.18当天数据表现

