

打通社交 & 电商数据 宝马MINI精准电商营销

- ◆ 广告主: 宝马
- ◆ 所属行业: 汽车
- ◆ 执行时间: 2018.11.01-11.12
- ◆ 参选类别: 电商营销类

营销背景

MINI计划在双十一期间推出重磅购车优惠政策并搭建天猫线上销售阵地，借此时机提升售车量

营销目标

借势热点制造品牌活动的高关注度并为MINI实现电商引流促进销售转化

双十一购物狂欢节

MINI帮你清空购物车



MINI 营销诉求 面临的挑战

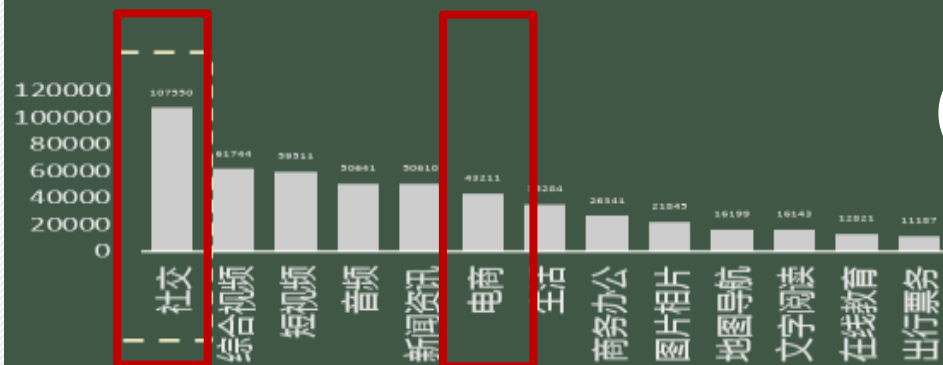


如何精准找到
有价值的用户池
谋划让品牌信息
能高效触达
的策略



社交+电商

电商+社交两大领域用户规模之和
占据互联网半壁江山



2018年6月中国移动互联网TOP10应用领域MAU

全新跨界数据驱动

微博用户与电商用户匹配度高
数据联动营销价值高

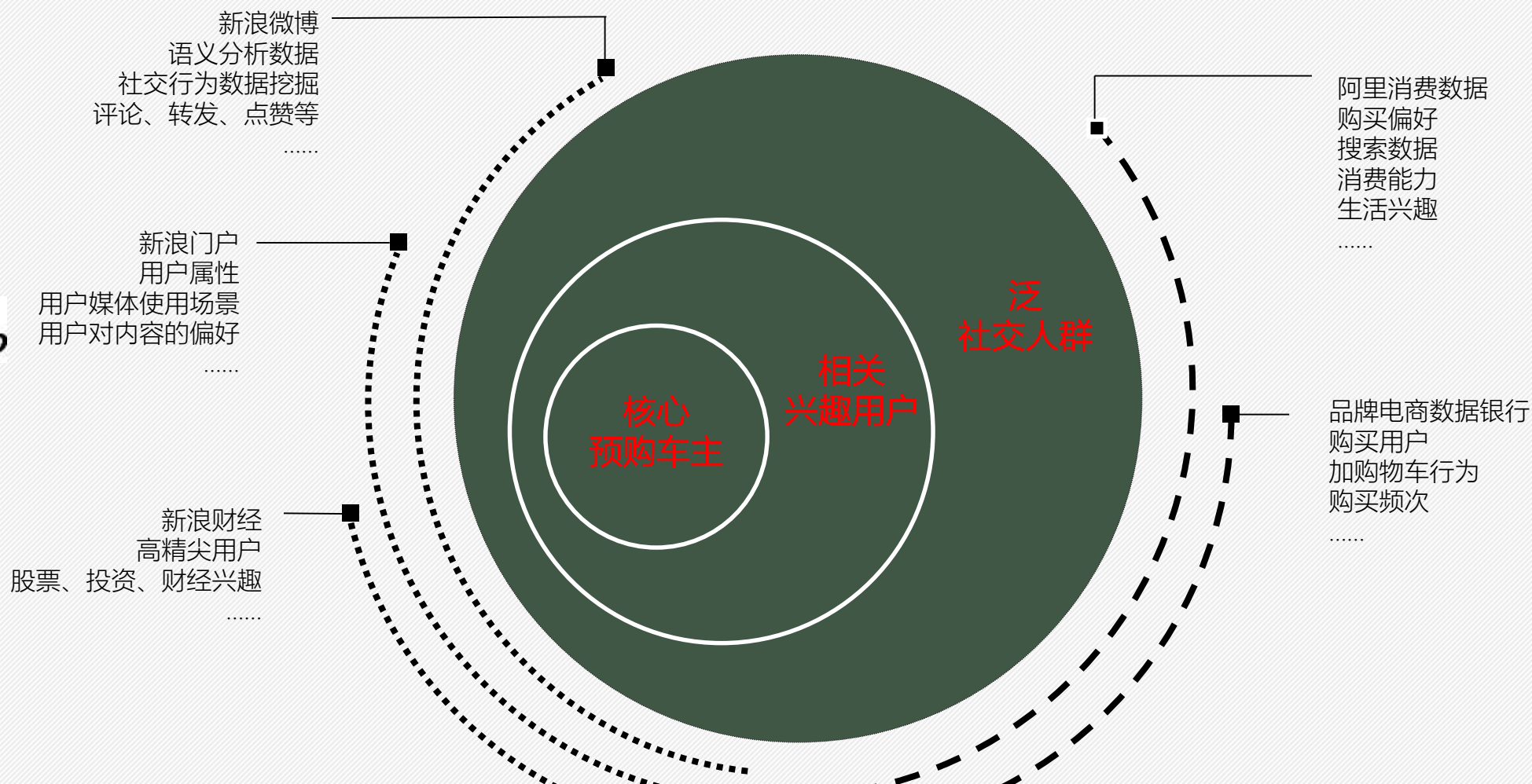
微博用户电商匹配度 > 90%

全年电商相关讨论 3884W+

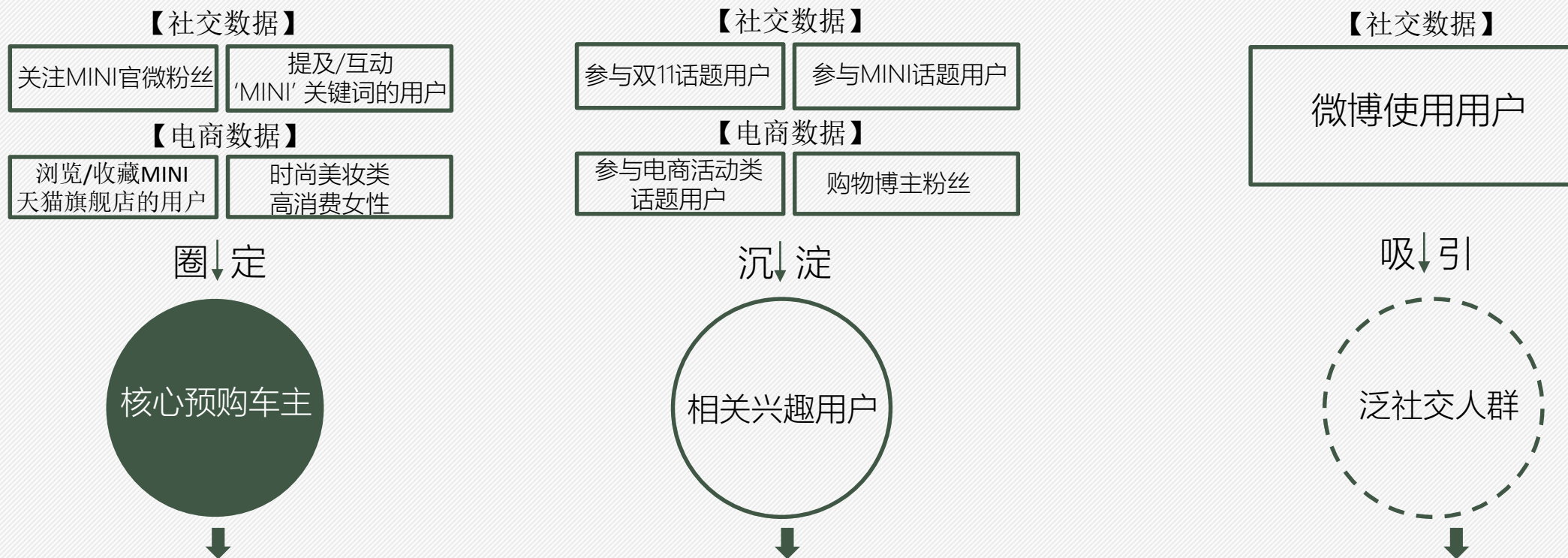
双11电商相关阅读 121亿

电商KOL全年互动 8.1亿

【 联动新浪社交平台 and 阿里电商平台大数据体系 打造品牌社交“种草”到电商“拔草”的无界化精准营销 】



社交数据精准划分目标用户圈层 适配不同的营销传播路径提升转化效率



品效合一，实现社交到电商的高效引流

双平台大数据银行交叉挖掘核心预购人群，实现MINI内容精准触达促进转化




精准营销
品效通



缩短跳转路径
社交一键跳转
MINI天猫旗舰店
购车界面



精准广告效果:

 曝光量  点击量  点击率
1325万 109,812 0.83%

基于社交+电商行为习惯路径圈定话题兴趣用户实现品牌沟通促进引流

话题#购物车被掏空#



吸引



相关兴趣人群

参与双11
话题用户

参与MINI
话题用户

参与电商类
话题用户

参与竞品
话题用户

引流



一键跳转

MINI天猫旗舰店购车界面



话题跳转广告效果:

曝光量

1541万

点击量

15,902

点击率

0.84%

基于社交+电商行为习惯路径圈定话题兴趣用户实现品牌沟通促进引流

圈定相关KOL粉丝人群

汽车大V
兴趣粉丝

时尚大V
兴趣粉丝

购物大V
兴趣粉丝

旅游大V
兴趣粉丝

相关兴趣人群

KOL超级传播矩阵

吸引兴趣圈层用户的关注

粉丝总量**1500w+**

评论区网友各显神通，

KOL趣味互动提升品牌好感度

兴趣粉丝纷纷表示要去参加MINI双11抽奖活动



占领微博焦点位置，实现MINI内容强势拦截泛社交用户注意力激活品牌热爱

泛社交人群

[微博浏览焦点位置]



缩短跳转路径
社交一键跳转
MINI天猫旗舰店
购车界面

品牌电商阵地

[MINI天猫旗舰店活动页面]



广告拦截效果：

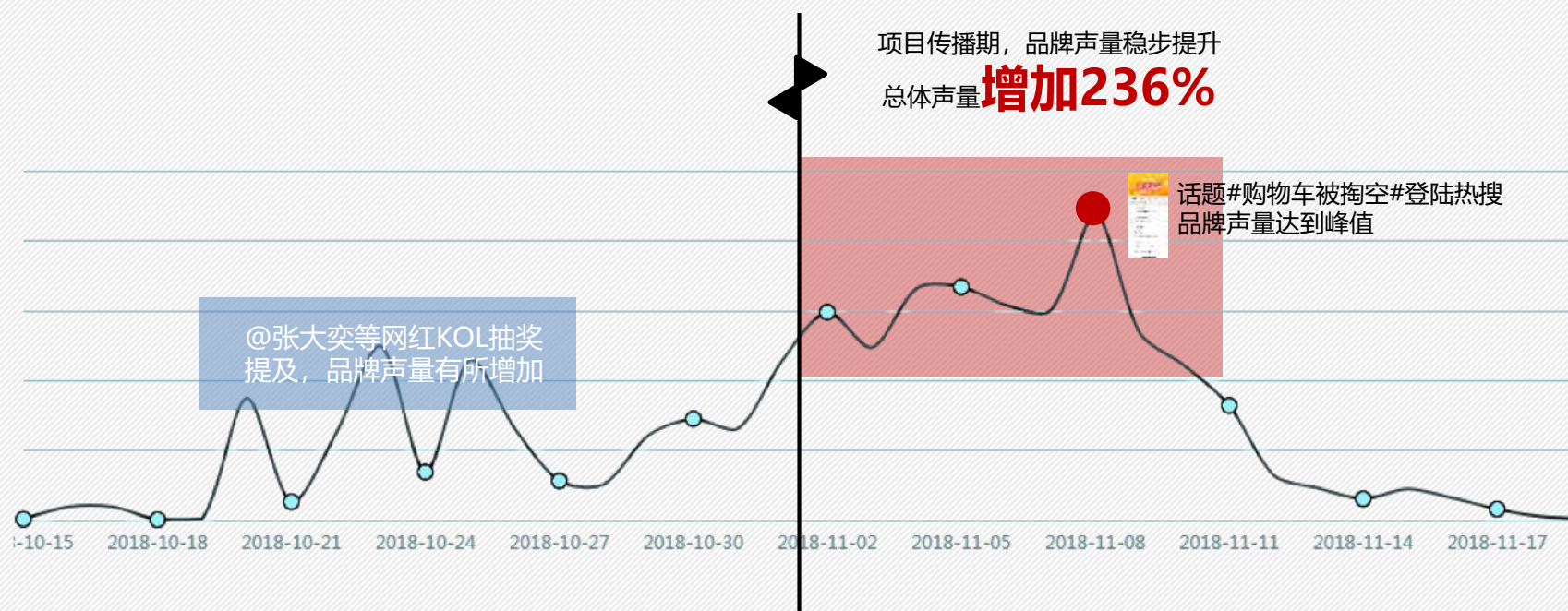
曝光量

点击量

2003万 23762

*11月5日-11月10日微博首页顶部通告

提升认知 社交声量稳步提升



*10月15日-11月17日MINI品牌阅读声量趋势图

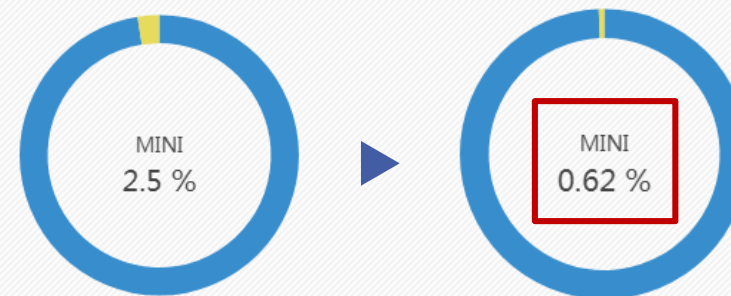
品牌感染力有效提升

项目执行后，品牌活动关键词成功植入用户心智

项目执行后，品牌负面声量大幅降低至**0.62%**



*2018.11.1-2018.11.20 MINI微博热词

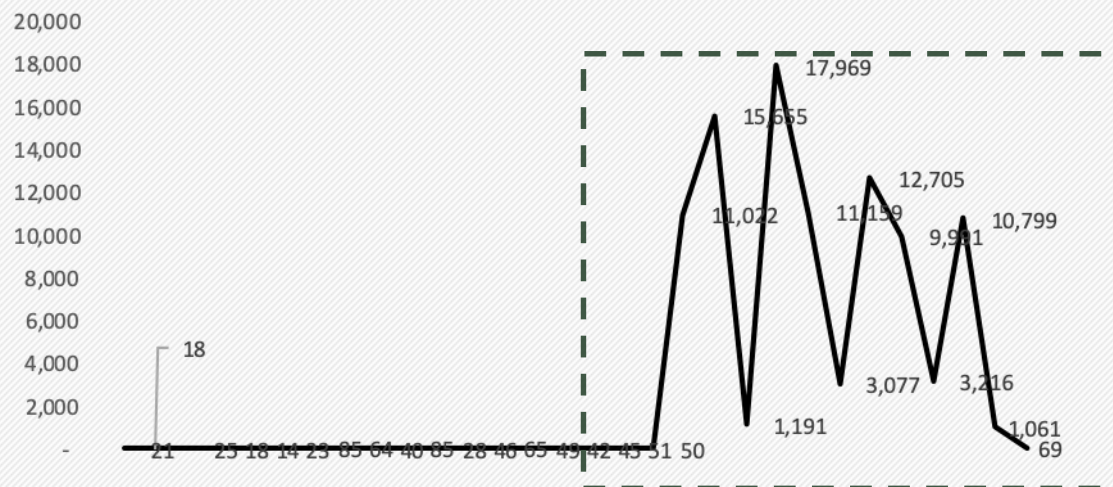


*项目前 MINI品牌正负面声量

*项目后 MINI品牌正负面声量

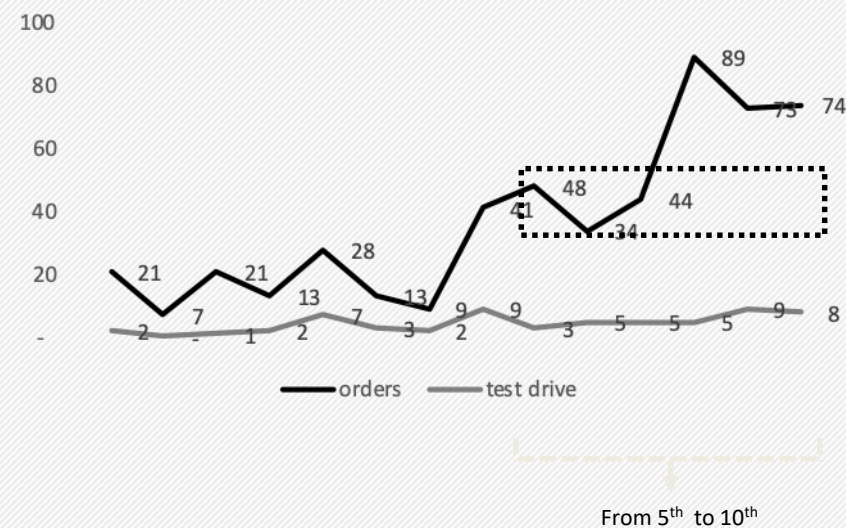
促进转化 社交向电商高效引流

营销期间由微博引流至MINI天猫旗舰店的用户量



引流至MINI天猫旗舰店
共计20万+

营销期间内MINI汽车订单量



短短5天内订单量
共计509台