



Top  
Mobile  
Awards

# 智慧链·新生态

## 宝马新能源×百度打造智慧内容营销系统

- ◆ **品牌名称:** 宝马汽车
- ◆ **所属行业:** 汽车行业
- ◆ **执行时间:** 2023.06.01-06.10
- ◆ **参选类别:** 数智营销类

## 项目背景

市场竞争激烈，宝马新能源品牌面临挑战  
如何俘获用户认知心智，让宝马新能源更具号召力？



### 新 能 源 同 行 竞 争 激 烈

- 新势力等竞品竞争激烈，频繁抢夺豪华车市场；
- 同级别竞品纷纷推出新品，且通过降价让利不断争夺市场。

### B M W 新 能 源 破 局 用 户 心 智 体 系

- BMW 新能源用户关注体量较BMW传统油车仍有巨大提升空间；
- BMW 全新的新能源造车理念需要向用户心智快速渗透。

## 核心洞察

宝马新能源用户关注上升明显但仍有较大提升空间  
用户对宝马新能源日益丰富的搜索探知需求有待多维内容满足

宝马新能源用户心智破局：快速激发内容创作热度，增强内容丰富性，影响用户心智到决策过程。

新能源热销品牌2022年11月文章阅读量



新能源热销品牌2022年11月阅读时长(秒)



用户搜索特征集中在宝马电动系列价值认可

### 相关搜索

- 宝马ix3新款2023
- 宝马i3纯电动车优缺点
- 宝马电车和油车哪个好
- 宝马i3进口为什么那么贵
- 宝马的电动车可以买吗
- 宝马ix纯电SUV
- 宝马新能源电动汽车价格表
- 宝马ix电动车落地价
- 宝马i3和特斯拉哪个好
- 宝马ix保养贵吗

主文章类型偏向战略层面公关内容

面对时代之间 宝马心中有“数” | 汽势焦点

昨天 10:17 产品方面,以创新纯电动BMW iX、创新纯电动BMW i4、新车型所带来的数字化体验,不... 电动化转型的路上 BMW 的 i 是大爱

昨天 15:37 如今,宝马以创新 BMW iX、创新 BMW i4、新 BMW iX3、全新 BMW i3、创新纯电动 BMW i7 立足中...

加速电动化布局 宝马将在国内市场推出11款电动产品

6天前 随着将进一步丰富产品线,也将拉低宝... 纯电动宝马SUV预计30万/500+km续航 平民... 原创 | 12月3日 宝马iX2定位为纯电动紧凑型SUV,正式引入国产后根据它的定位以及整体尺寸来看,它所面临的竞品会是...

宝马集团2023年电动化全面出击 | bmw | 华晨宝马 | 电动车...

12月09日 在充满挑战的2022年,宝马集团与中国合作伙伴继续向着“电动化、数字化、循环低碳”... 销量只有特斯拉零头,宝马“拉”不动电动车? - ... 11月22日 种瓜得瓜,种豆得豆,在电动车方面吝惜投入,宝马电动车遭到市场冷遇,也不奇怪。月上陵不足千辆...

发酵新内容、激发新用户、促成新生意，  
以科学链路验证系统激发宝马新能源有效人群资产增长。

## 内容策略数据化

扩宽用户 获取认可

### 内容



- 平台数据洞察用户关注点
- 科学化指导内容洞察
- 针对性输出营销策略

## 用户路径分层化

逐层作用 提效转化

### 种草



- 用户触媒流转路径以往更加复杂
- 目标用户群体感性和理性并重
- 更重视口碑，不同阶段不同需求

## 营销效果度量化

用户孵化 全链可视

### 生意



- 精细化运营品牌人群资产
- 前中后期可度量
- 让营销可视化，有据可依

## 宝马新能源·百度智慧内容营销解决方案

### 智慧播种-种草经营

从粉丝积累到拉新破圈，持续种草培育

人

本品+新能源  
可拓展圈层

触点

智能搜索  
智能推荐

内容

量级+精度+维度

### 智慧链路-促收经营

双场景+双收割，实现运营转化

搜索场景

双场景

内容场景

边种边收

双收割

先种后收

### 智慧评估-资产经营

数据可视+行为追踪，实现有效沟通

宝马新能源 资产链路可视化

反哺

种草

促收



资产判断



策略输出



内容生成



精准投放



数据评估

百度观星盘AIA数据模型  
定向BMW BEV-A0/l1/l2/A1阶段  
宝马资产问题缺口

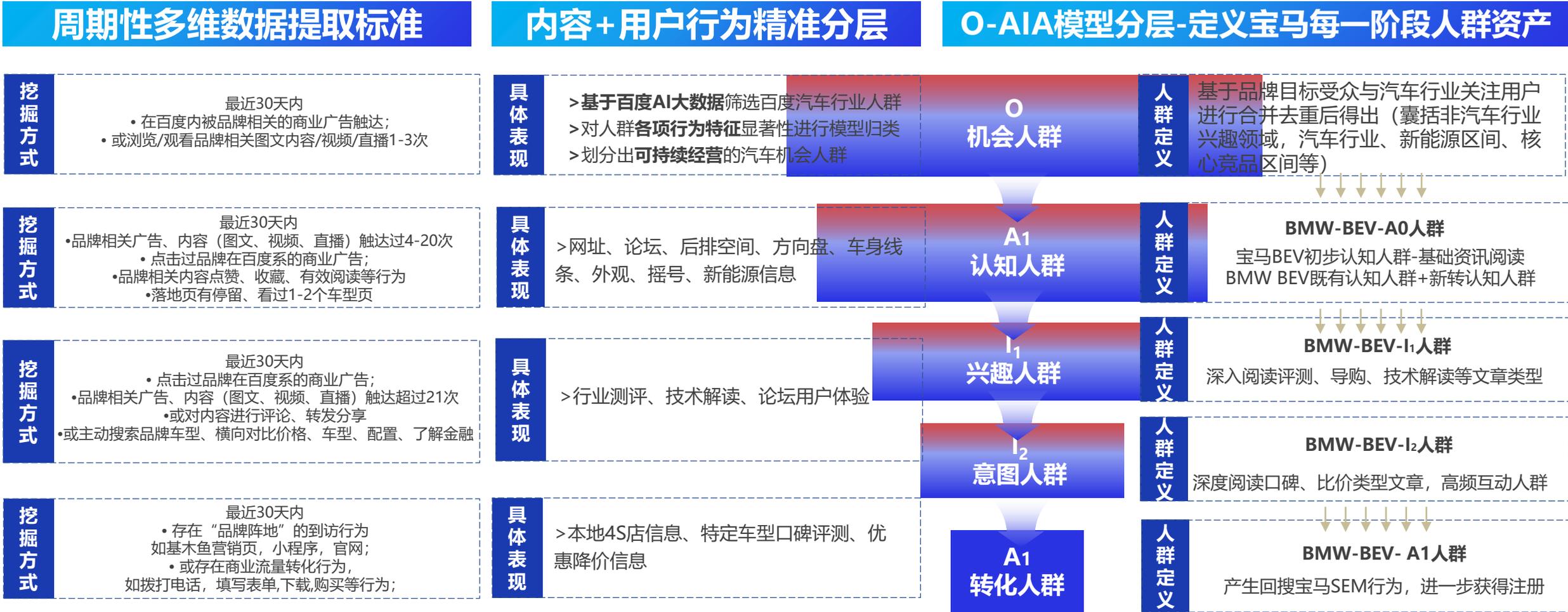
根据资产缺失问题  
制定内容营销方向  
判定内容合作范畴

- 汽车专业内容-百度有驾运营
- 知识营销内容-百度百科/百科
- 跨界多维内容-百度度星选

以资产判定人群分发为主导  
百度观星盘按资产+标签进行  
人群精准内容分发投放

- 观星盘-人群/资产变化数据
- 百度指数-资讯指数/SOV变化
- 一站式投放-SEM曝光变化

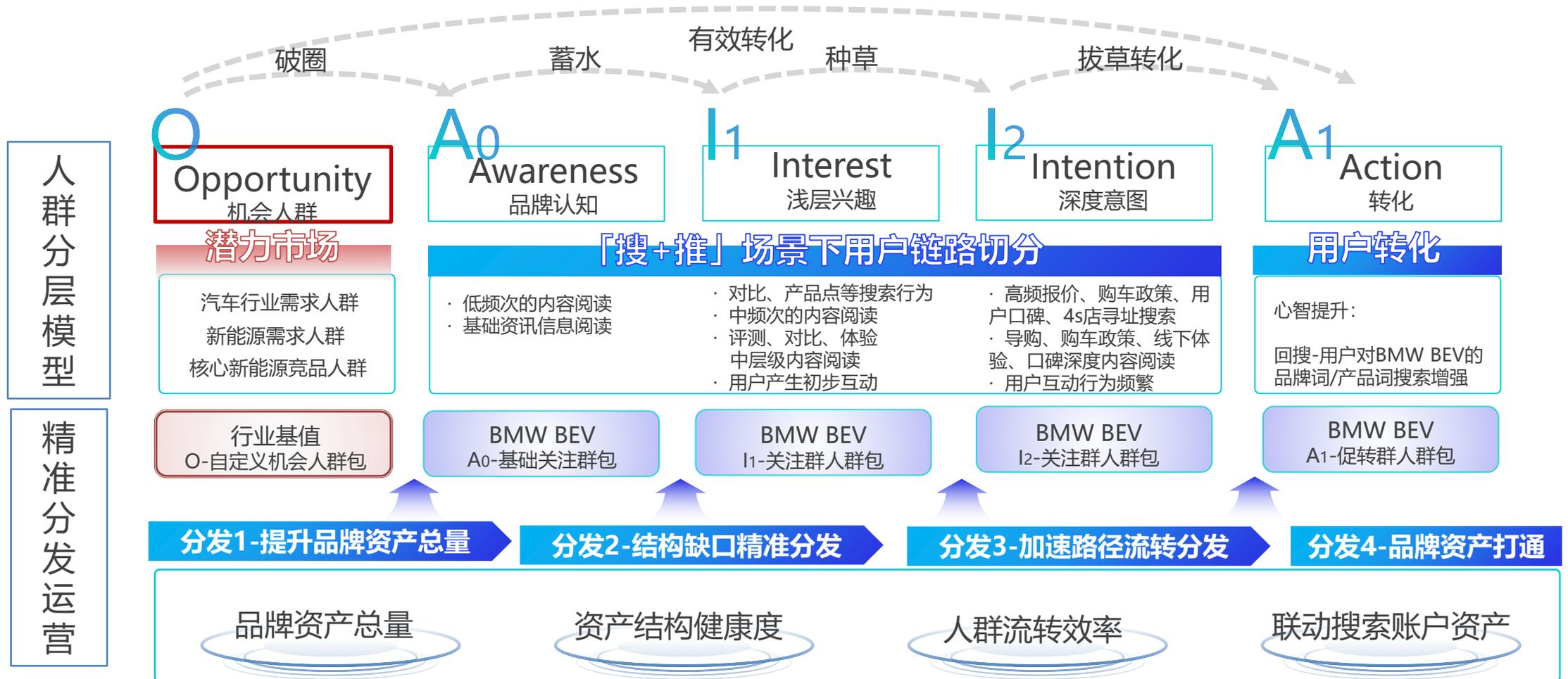
## 内容体系分层-行业内容标签重构-制定智慧链路



## 百度多圈层内容矩阵整合输出，有效解决宝马新能源不同阶段人群心智沟通角度

| 百度内容矩阵                      | 汽车行业<br>有驾+百家号                                       | 知识矩阵<br>百度百科+百度知道   | 跨界破圈<br>度星选+百家号                     |
|-----------------------------|--|---|-------------------------------------|
| <b>A<sub>1</sub></b><br>关注群 | <b>基础资讯：</b> 行业动态/新车动态/能换市场/产品基础解读：参数   里程   设计..... | <b>权威信息认知：</b><br>品牌/产品故事...<br><b>基础问答：</b><br>宝马电动车有哪些... | <b>激发关注引力</b>                       |
| <b>I<sub>1</sub></b><br>兴趣群 | <b>深层解读：</b> 试驾评测/对比导购/功能解析/视频体验.....                | <b>车型信息询问</b>   | 百家号栏目IP<br>《为什么这么贵》/《地球漫游计划》.....   |
| <b>I<sub>2</sub></b><br>互动群 | <b>导购主导：</b> 海选导购/对比导购/购车要点/社区口碑/提车作业.....           | 宝马ix为什么那么贵<br>宝马i3续航能力<br>宝马电动车和燃油车工艺对比<br>宝马电动车和特斯拉差别      | <b>拓展关注圈层</b><br>度星选达人运营            |
| <b>A<sub>2</sub></b><br>转化群 | <b>购车相关：</b> 4S店探店/底价探寻/比价作业/金融政策解读...               | <b>购车信息询问</b><br>宝马ix3北京4s店最低报价<br>宝马ix3购车是否支持0利率           | IT3C达人评测/高端生活达人/自驾旅行达人<br>长/短视频跨界影响 |

## 项目策略全景图



人群分层模型

精准分发运营

## 策略执行-内容生成

# 种草心智促转

精度+宽度，多内容圈层深度渗透

立体式传递车型亮点，宝马i3高能登场

精度内容定制

针对用户洞察-精度产出车型价值内容

内容生态繁荣

调动百家号作者，产出100+内容，渗透心智

# 宝马i3

老司机出品

欣哲频道



欣哲频道  
CHAMP SAY SO



共产出文章 **165** 篇 生成 **10** 种内容标签



## 营销效果 宝马新能源智慧内容营销，带来线索、转化、资产三重效果提升

### 资产提升

激发关注人群及用户粘性大幅提升



宝马i3人群资产

阅读热度

互动热度

↑ **139%**

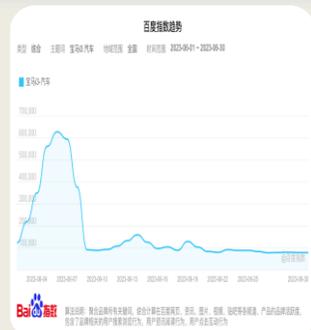
↑ **2997%**

↑ **1381%**

### 搜索提升

搜索词从基础信息向竞品及评测价格转化

|   |             |      |   |                   |      |
|---|-------------|------|---|-------------------|------|
| 4 | 宝马i3的正确充电方法 | 115% | 4 | 宝马i3纯电动车价格降价      | 233% |
| 5 | 宝马i3参数      | 110% | 5 | 宝马i3和特斯拉model3哪个好 | 220% |
| 6 | 宝马i3电动车     | 100% | 6 | 宝马i3和modely哪个更值得买 | 171% |



宝马i3  
百度指数环比增长

↑ 增长 **2.3倍**

↑ 宝马i3关键词推广  
账户曝光量日均提升

↑ 增长近 **1倍**

### 转化提升

持续提升后续转化效率

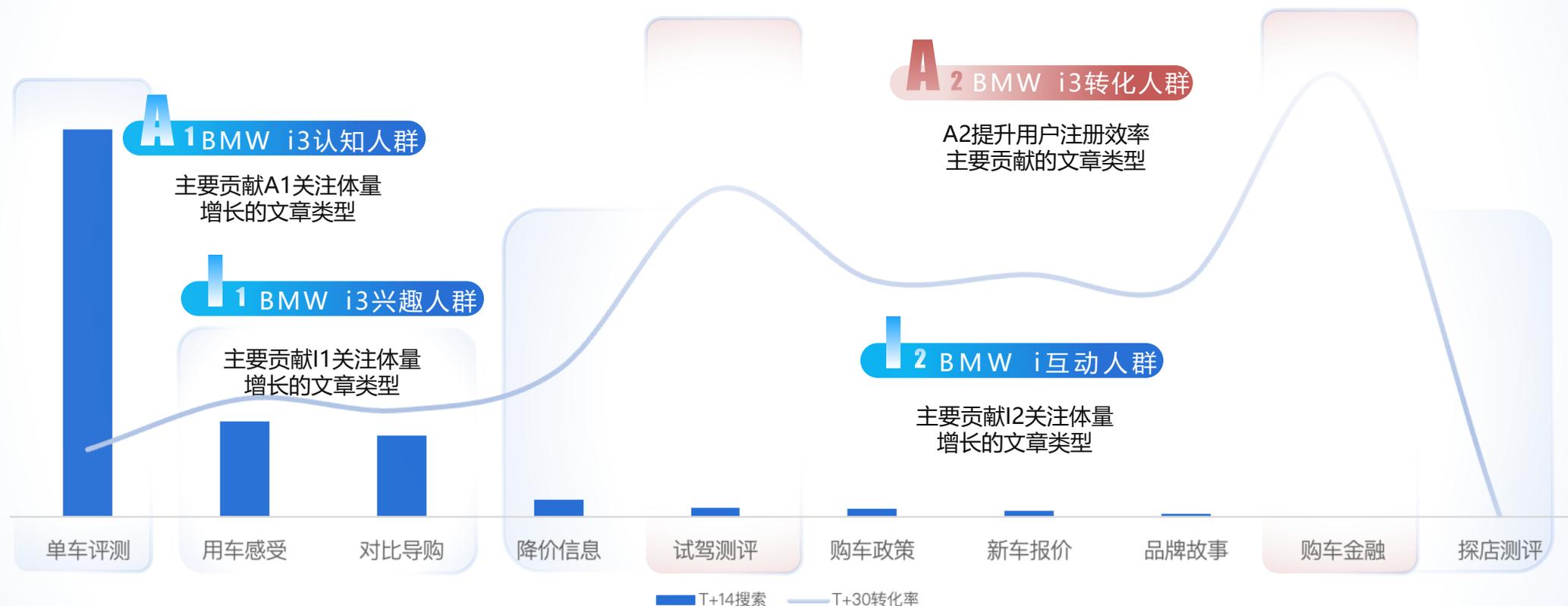


宝马i3 关键词推广  
日均线索量提升

↑ 增长 **2.5倍**

## 营销效果 智慧营销产出10大类型内容标签，通过科学验证判定用户回搜与注册贡献度

宝马i3 智慧内容标签产生回搜量及转化率表现



## 其他反馈

### 宝马新能源百度智慧内容营销系统

第一步，是根据百度生态内**宝马用户的搜索及浏览行为**进行科学分层，**构建用户资产链路**，并将**内容体系标签对应重构**，划定OAIIA人群。

另一步，是**通过人群标记**，联动**宝马汽车百度关键词推广账户**以及注册表单后台，找到**人群从关注到注册线索的流转路径**，从而科学判断内容生产类型对用户心智行为的影响能力。

## 特别声明

宝马智慧内容营销整体项目细节繁多，涉及到客户的资产机密数据繁多，有很多数据和链路验证结果涉及敏感数据客户不同意对外，所以目前不能将整体智慧营销的数据链路全面展现，请谅解。