

场域化定制营销，吉利熊猫mini×抖音生活服务 打通汽车跨界餐饮新路径

- ◆ **品牌名称：**吉利熊猫mini
- ◆ **所属行业：**汽车及交通运输类
- ◆ **执行时间：**2023.05-06
- ◆ **参选类别：**跨界营销类

项目背景



吉利熊猫mini于2023年2月上市，希望在5-6月期间迅速打响新车声量，抢占认知高地。

对于汽车行业品牌而言，传统的买量式线索获取方式往往获客成本高、转化链路长，所以亟需开辟新的打响声量、获取线索的营销方式。

营销目标



将决策周期长的汽车营销融入用户日常生活场景

扩散新车声量

目标人群精细化覆盖

高效收集高意向线索

精细化覆盖真实生活场景和人群，是品牌新车上市营销的关键点



中国人对美食的热情，是刻在基因里的。尤其都市年轻人生活节奏快、压力大，他们更乐于通过美食来缓解压力、享受生活。

这些乐享美食、追求美好生活方式的年轻群体正是吉利熊猫mini汽车的目标用户。

汽车 VS 美食

汽车与大众生活息息相关，改变了我们的出行方式和消费方式，既扩大了生活半径，又提升了消费便利。

对于注重生活品质和乐趣的年轻人来说，在日常生活场景中，美食消费是不可或缺的固定版块。

以深度联名曝光-线下展示-线索收集为路径 打通汽车与餐饮行业的生活服务场景营销新模式



情感 共鸣 1

激发生活场景下的
用户情感共鸣



与餐饮品牌定
制限量款套餐

场景 联动 2

匹配餐饮喜好
实现人群精细触达



与七分甜跨界
打造个性门店

区域 影响 3

快闪互动体验
彰显品牌个性

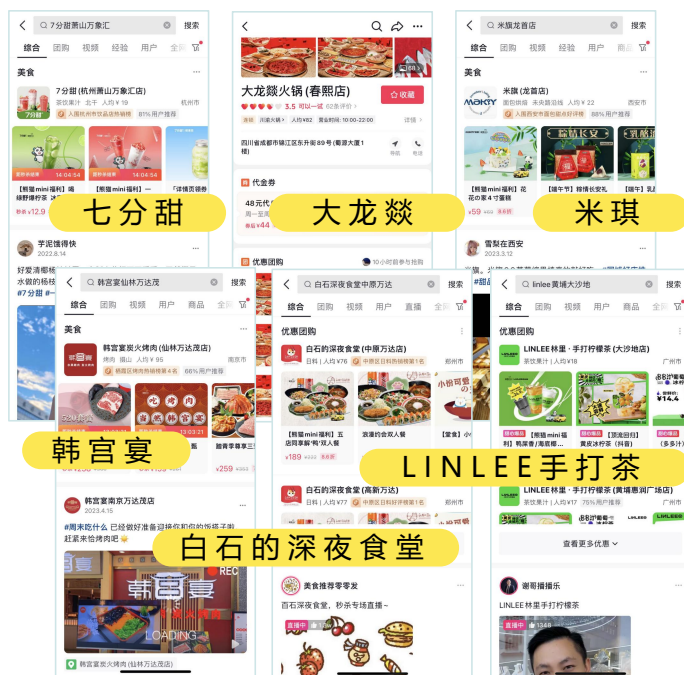


打造快闪展车
高效收集线索

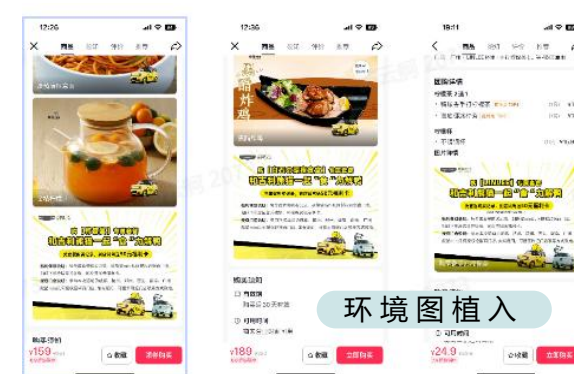
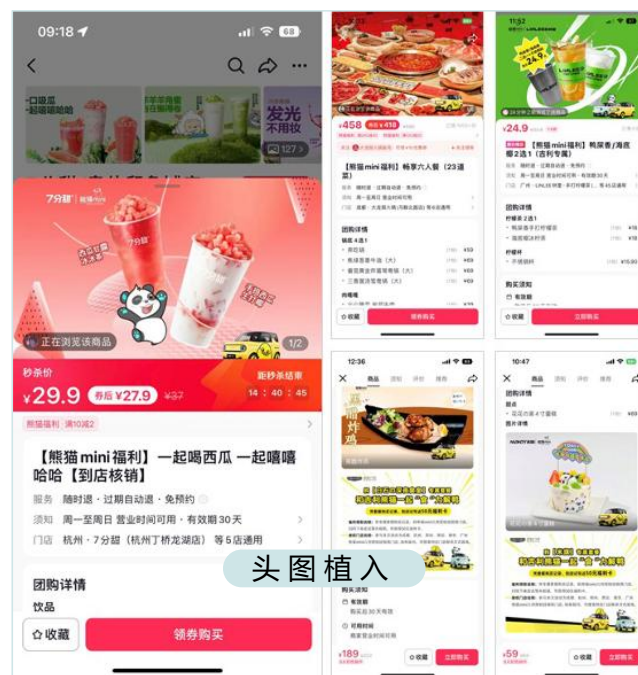
抖音生活服务餐饮行业拥有丰富的商家及用户资源，囊括年轻人生活里真正需要的、美食消费的固定场景。作为联结**精准人群-美食场景-汽车品牌**之间的沟通纽带，抖音生活服务可以帮助熊猫mini更好地挖掘美食场景，并快速匹配场景下最精准的人群，**即在真实的生活场景中做跨界营销事件，提供看车和体验的便利性，通过引发关注，产生兴趣，进而促成转化。同时将熊猫mini品牌渗透人群心智，在生活场景中形成品牌联想。**

联动6大餐饮品牌，线上联名一起“食”力解鸭，引导线下到店

与6大品牌推出线上联名福利

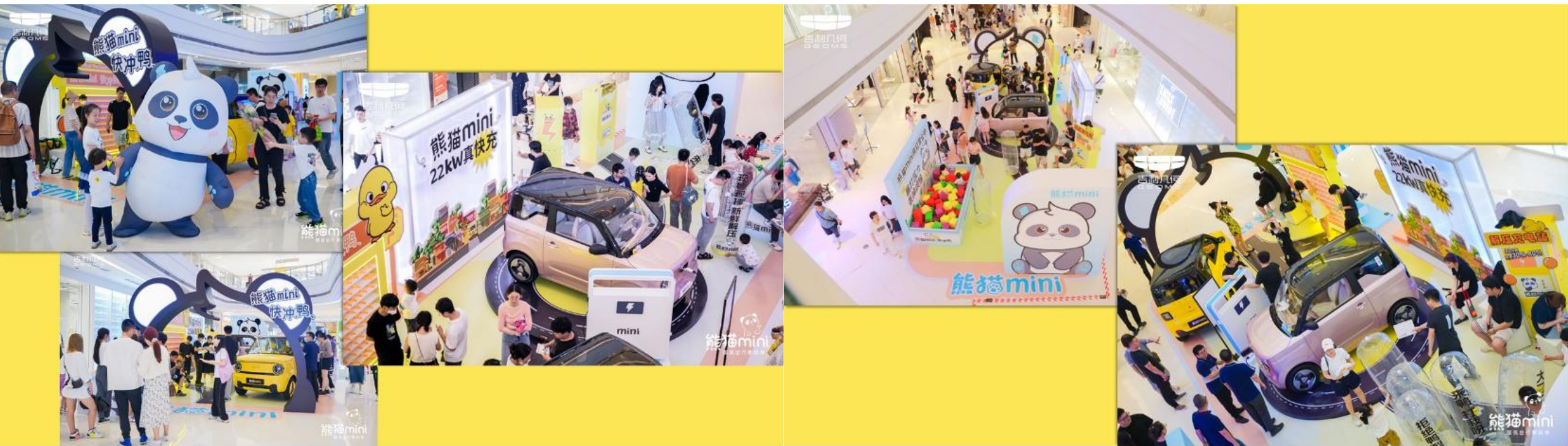


宣推资源植入福利内容，引导用户线下到店



「购套餐享购物福利卡」的活动形式，解决了汽车大宗消费品无法现场售卖的难题，从餐饮渠道引导兴趣人群到店看车。

在杭州知名商圈进行快闪互动，通过现场丰富的解鸭互动形式，吸引海量用户现场参与，在互动场景中高效收集线索。

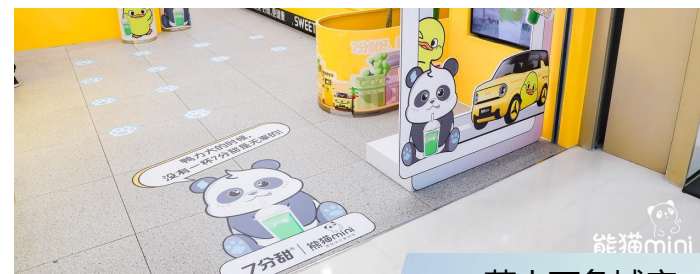
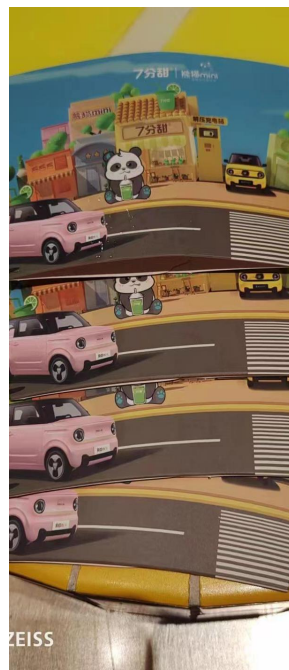


打造1场解鸭快闪展车活动，吸引兴趣人群参与，从玩中收集线索

打造个性化主题店面，营造体验氛围与品牌关联，拉高品牌认知度



奥体印象城店



萧山万象城店

品牌曝光



品牌认知



丁桥龙湖店

联合7分甜共同上线主题店，引发更多用户到店打卡

大幅提升双方品牌曝光、7分甜联名品以及熊猫mini车型认知



快闪车展活动当日
客流量**11万**



商家POI页面点击
630万
联名品支付订单量
7932个



项目总曝光
1400万+
话题播放量**645万**



线下创意打卡物料
曝光**130万+**
(20天商家客流量)