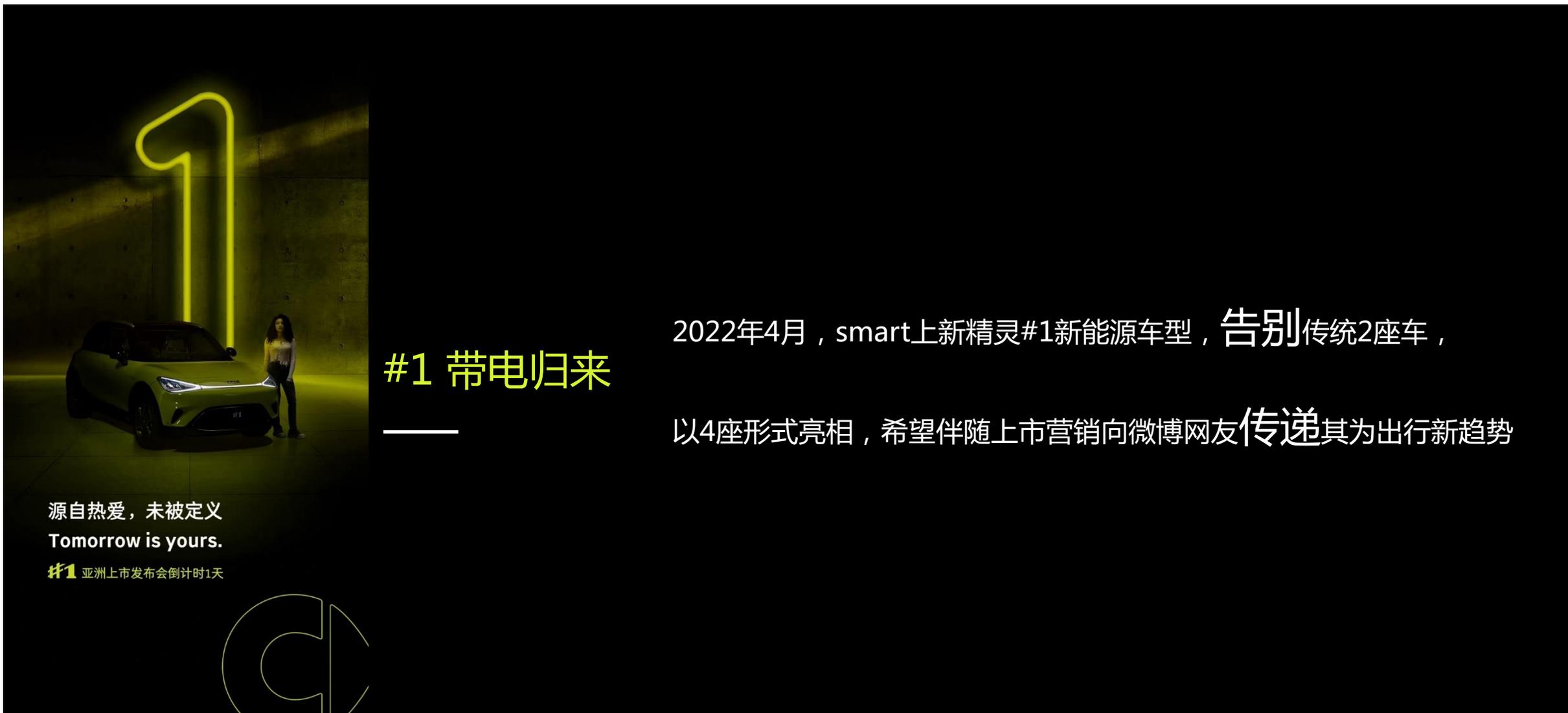


#1 → +∞ 微博汽车品牌渗透式营销新思路

- ◆ **品牌名称** : smart汽车
- ◆ **所属行业** : 汽车及交通运输类
- ◆ **执行时间** : 2022.04.01-04.30
- ◆ **参选类别** : 大数据营销类



#1 带电归来

2022年4月，smart上新精灵#1新能源车型，告别传统2座车，

以4座形式亮相，希望伴随上市营销向微博网友传递其为出行新趋势

源自热爱，未被定义
Tomorrow is yours.

#1 亚洲上市发布会倒计时1天

Smart完全变了!!!



全新赛道

告别微型车赛道
挤入紧凑型车市场
目前行业大环境如何?
什么是TA关注的专业认知点?



全新竞品

随着国产车市场崛起
紧凑型车型选择性更广
如何挖掘竞品差异化打法?
如何抢夺竞品兴趣人群?



全新用户

2021年合作唤回昔日粉丝
新车型会出现非常多新用户
TA对smart的归来有什么想法?
TA对车型的变化有什么想法?

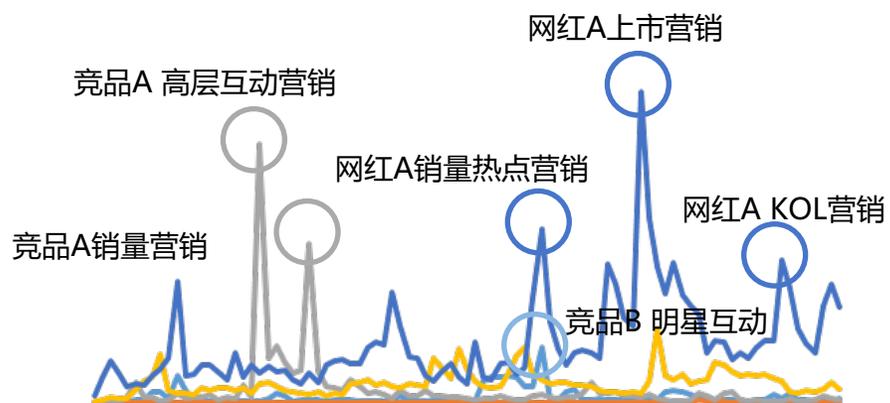
Smart#1新车上市数据思考 1

从网红车型、主要竞品的声量拆解中，我们发现其在操控系统、外观内容普遍提及较少，精灵#1可以此为差异化打法

车型大众声量

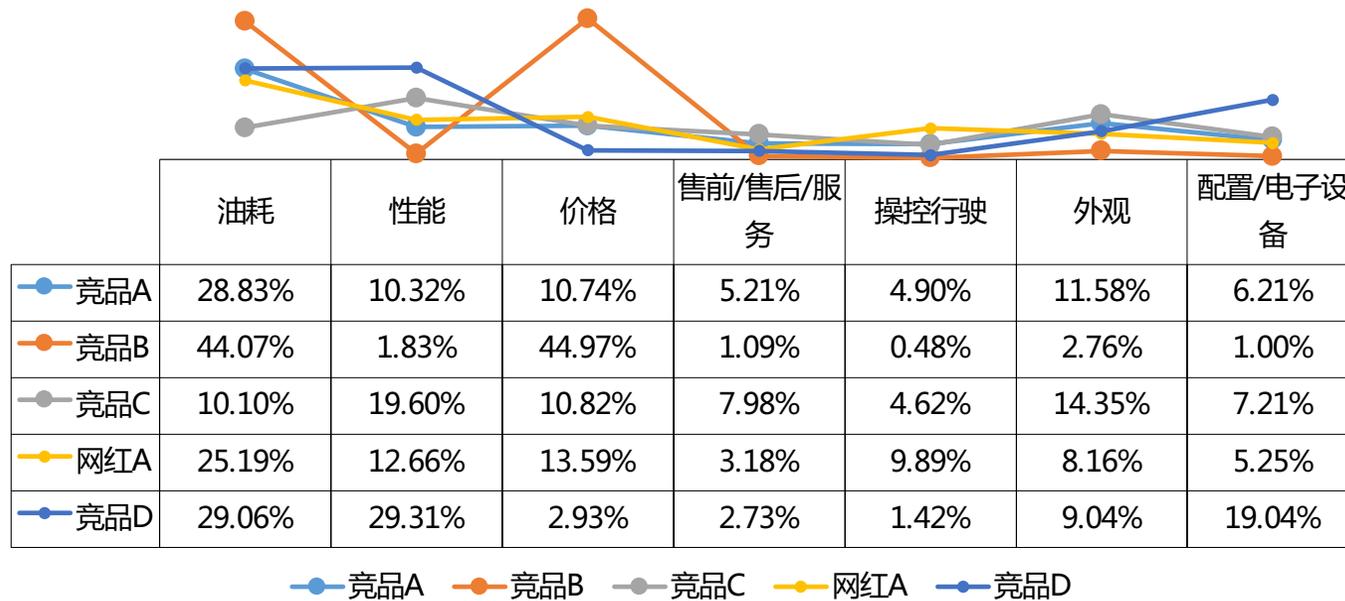
竞品D : 竞品B : 大众竞品A : 竞品C : 网红A

1 : 50 : 111 : 169 : 518



机会点：学习网红车型采取汽车矩阵+KOL种草上市打法

车型专业声量



机会内容点：差异化运营，加强操控行驶、外观2点的专业内容输出

Smart#1新车上市数据思考 2

拆解主要竞品的兴趣人群画像，从标签中寻求精灵#1新车上市超级粉丝通投放人群增量新空间

竞品A

1

:

竞品B

1.43

:

竞品C

1.76

:

竞品D

0.35

2022年Q1车型兴趣人群

2022年Q1车型兴趣人群

2022年Q1车型兴趣人群

2022年Q1车型兴趣人群

独占率
7.65%

独占率
16.22%

独占率
24.87%

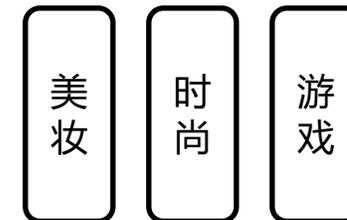
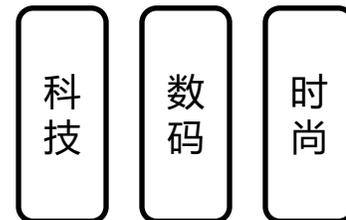
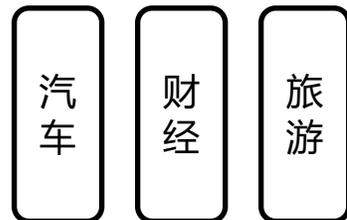
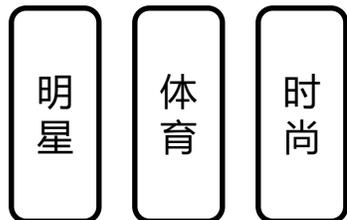
独占率
2.98%

2021年Q1：暂未上市

2021年Q1：27.88%

2021年Q1：15.54%

2021年Q1：6.99%



机会点：从重合度较高的兴趣点，如“时尚”，“财经”，“科技”入手增设标签，抢夺竞品兴趣人群关注度

Smart#1新车上市营销策略

数据洞察，找出smart营销契机点

行业情况

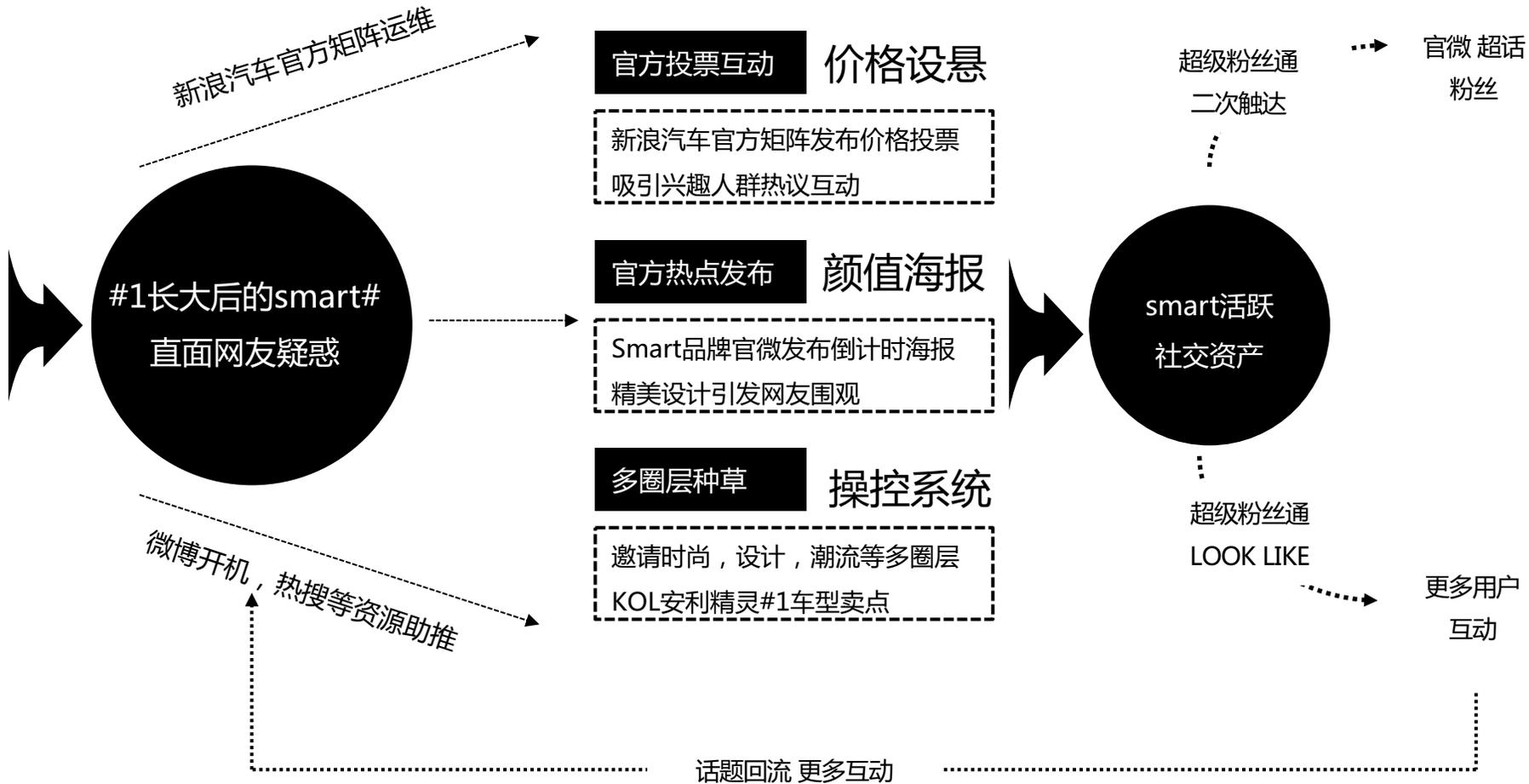
- 1, 告别单一对手，市场同类型车型林立
- 2, 官方背书更有利于新车上市曝光目标
- 3, 抓住价格营销点，设悬引发热议氛围

营销机会点

- 1, 官方矩阵+达人种草更易打造网红车型
- 2, 合作时尚，财经，科技圈层实现人群抢夺

网友疑问

- 1, 面对加大版的精灵#1，非常多的网友表示不理解，不认同



新浪汽车官方矩阵运维

#1长大后的smart#
直面网友疑惑

官方投票互动 价格设悬
新浪汽车官方矩阵发布价格投票
吸引兴趣人群热议互动

官方热点发布 颜值海报
Smart品牌官微发布倒计时海报
精美设计引发网友围观

多圈层种草 操控系统
邀请时尚，设计，潮流等多圈层
KOL安利精灵#1车型卖点

smart活跃
社交资产

官微 超话 粉丝

更多用户 互动

话题回流 更多互动

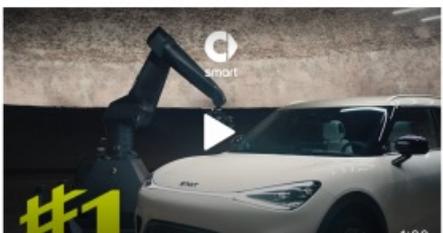
超级粉丝通
二次触达

超级粉丝通
LOOK LIKE

Smart#1新车上市 – 超粉投放

预热解析视频

smart中国 4-8 12:23 来自微博视频号 已编辑
 Tomorrow is yours
 源自热爱，未被定义
 全新smart#1灵感大片释放 smart中国的微博视频号



smart中国 3-21 18:51 来自微博视频号 已编辑
 #灵感源代码#
 全新smart精灵#1设计灵感解锁中。源自梅赛德斯-奔驰全球设计，中德团队灵感激荡。 smart中国的微博视频号



158万次观看
 20 50 214

上市发布会

smart中国 4-25 13:28 来自微博直播平台 已编辑
 #1长大后的smart# #全新smart已就位#
 你的明日都市密友已就位! 全新#1亚洲上市发布会, 4月25日19:50起开启新奢纯电之旅。
 源自热爱，未被定义
 Tomorrow is yours. smart中国的微博视频号 全新smart#1亚洲上市发布会



smart中国 4-18 20:32 来自微博视频号
 明日都市密友已就位! 4月25日, smart#1亚洲上市发布会线上呈现, 不见不散。 全新smart



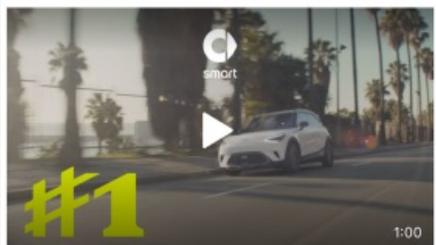
25 67 321

车型开启预定

smart中国 昨天 18:00 来自新版微博 weibo.com
 全新 smart#1
 24小时密友过万
 明日都市密友已就位
 密友同行，新奢之旅
 源自热爱，未被定义
 Tomorrow is yours.



smart中国 4-26 19:41 来自微博视频号
 #全新smart已就位#
 smart#1 现已正式上市并开启预订
 新能源补贴后且不含付费选装
 预售价格范围: 19-23万元
 明天已就位 smart



18 73 264

超级粉丝通人群包设定

维度1, 筛选第1,2.....眼高导流率人群包



潮流兴趣标签用户 得物APP官微粉丝 奢侈品兴趣用户 都市高净值轻奢人群 高收入人群 科技品牌账号粉丝

维度2, 新增细化人群包

品牌借助超粉为组合产品再次强化种草, 逐层精细化沟通
 实现潜在目标人群的精准沟通, 竞品用户深度拦截

竞品车型互动人群

竞品车型搜索人群

汽车广告互动人群

汽车头部KOL粉丝人群

泛兴趣标签人群

头部KOL粉丝人群

4月25日，精灵#1上市当日



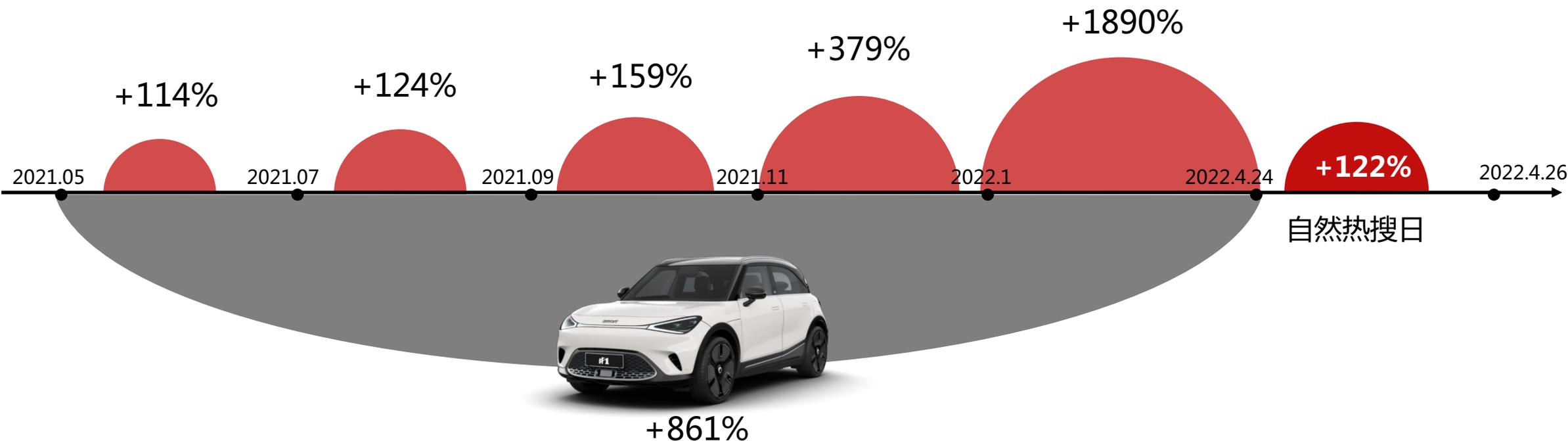
热议 + ∞

成功登上热搜榜 **第11位**

#1 → 兴趣人群 + ∞

自回归以来，smart品牌兴趣粉丝持续增长，0425自然热搜更具强转粉效应，79.49%互动用户成为smart品牌兴趣粉丝

9.78% 品牌事件超粉互动 13.23% Smart idea超粉互动 61.04% 新车上市超粉互动



#1 → 兴趣人群 + ∞

车型峰值来源于汽车频道合作话题#1 长大后的smart#，可见用户对于“官V+达人种草”联动营销模式有着极高的认同度

