

# MINI X 滴滴出行 开着展车去车展

- ◆ 广告主：MINI
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2016.04.16-2016.05.15
- ◆ 参选类别：媒介整合类

# 案例视频

<http://v.qq.com/x/page/i0306s7ml5i.html>



复制链接到浏览器或者扫描二维码观看视频

## 背景 Background

北京国际车展期间，人流众多，并且多为爱车人士，MINI希望借此次试驾活动，聚集更多受众真实体验MINI车的同时，将MINI品牌文化最大范围的传播。



## 目标 Target

- 通过试驾对品牌进行大范围曝光；
  - 引导消费者进行试驾并购买；
- 以体验为核心，沟通品牌文化；

## 挑战 Challenge

- 北京国际车展期间，各类品牌车众多。MINI如何从众多品牌中脱颖而出，吸引到更多受众的关注。
- 如何真正有效的将试驾与车展完美结合。用户对常规的到店试乘试驾已疲倦, 能否打破常规试驾, 焕发用户热情





Top  
Mobile  
Awards

---

# 洞察&策略

## 洞察 Insight



- 1、 “北京的路堵的和X一样，你要不起得比鸡早，没准都赶不上看车展。” ——**堵**
- 2、 “没地方停车，你能找到个给你贴条的地儿停就不错了，停车场远的都应该考虑随身带个帐篷。” ——**没地方停车**
- 3、 “本来看车展就够累的了，出来再去停车场找自己的车，对了，我把车停哪了啊？” ——**找车难**
- 4、 “打车去车展？嚯，你挺有钱啊。” ——**远**
- 5、 “我一直没想明白，去车展有什么可看的，又不能开，顶多进车里试坐一下，你去4S店坐啊！” ——**无法直接试驾**

## 开着展车去车展

让试驾在车展期间成为用户的一种出行选择  
让展车在车展期间能让用户第一时间去体验

- ① 聚焦北京国际车展：目标受众更加精准
- ② 跨界合作：MINI X 滴滴出行，简化体验方式：登录滴滴出行，即可预约试驾。更便捷的渠道去体验
- ③ 全新概念上线：“开着展车去车展”，将试驾和车展完美结合，给用户带来更好的体验



Top  
Mobile  
Awards

---

# 媒介&执行

## 媒介策略 Strategy of Media

从app出发，联动微信、微博、BBS论坛、今日头条

MINI在北京国际车展期间开启了一次非典型“看展体验”

北京国际车展

覆盖目标人群

聚焦北京国际车展期间，锁定目标人群，调动爱车人士对试驾MINI的热情。



滴滴合作

跨界合作

与全新移动叫车平台的跨界合作，将预约试驾环节最简化，让用户体验更加顺畅。



Social

微信、微博、BBS、  
今日头条全平台推广

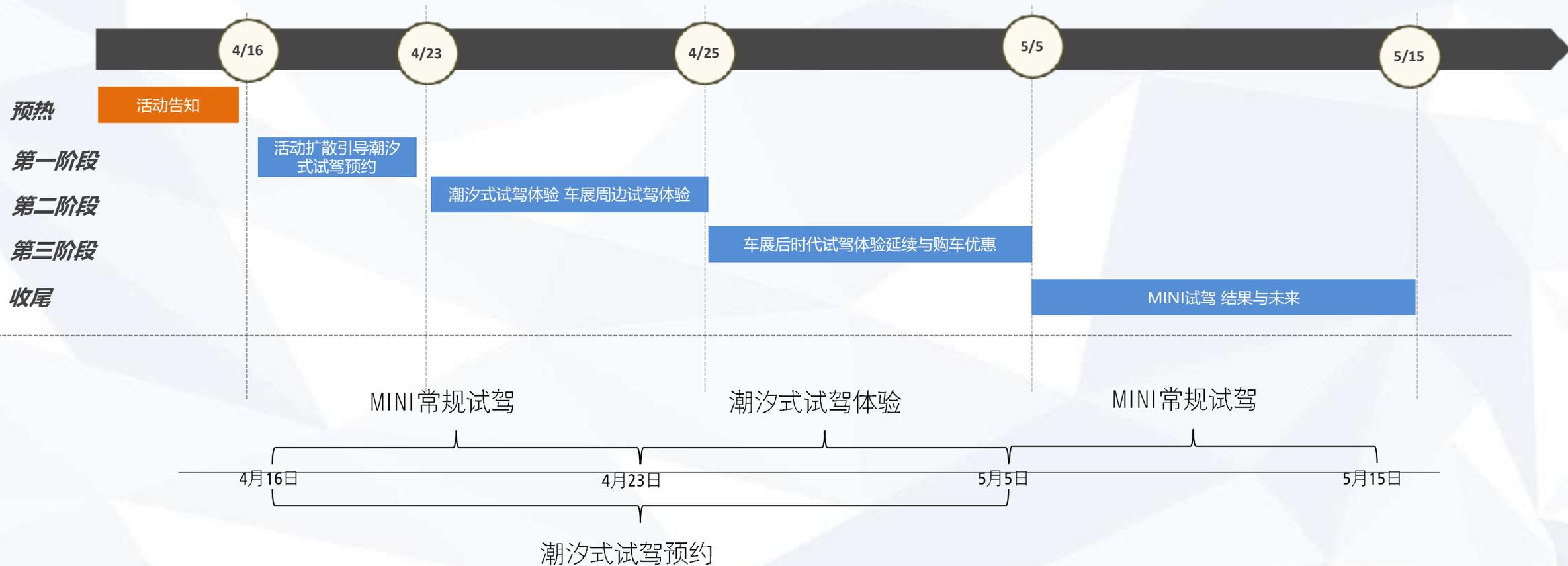
微信、微博、BBS论坛、今日头条，Social全平台推广，将活动声量最大化。

## 滴滴合作H5页面



与滴滴出行平台合作，简化预约试驾环节，用户体验更加贴心。进入活动页面预约，选择你想去车展的日期和想试驾的MINI。后续发酵，车展结束后，还可以在有效时间内登录滴滴出行预约试驾。

## 传播执行计划





Top  
Mobile  
Awards

---

# 效果&反馈

## 效果及反馈 Effect & Feedback

用户关系 User Relationship :

**23,460人次**通过滴滴发起预约MINI试乘试驾申请，**5,875组**小伙伴在试驾活动中申请了试乘/试驾MINI，**1,473位**伙伴在试乘试驾MINI有意向购买MINI，此次滴滴试驾活动总里程数高达**41,250公里**。

传播力 Communication Power :

双微平台以及BBS阅读量总计**763,786**次；转评**6,080**次，话题在双微平台的最大化发声

•MINI官方微信及合作KOL累计发布6条，**总推送人数9,800,000万，阅读量772,320+**。

创新力 Innovation :

- 全新概念“开着展车去车展”推出，打破以往传统看展的形式，增强用户体验，传播品牌精神与文化。
- 联合滴滴出行的平台力量，将传统复杂的试驾动作转化为简单的一键预约。



绝对MINI：我们费这么大劲，你爽到了么？

Post : 4.26

Reads: 47,325; Like: 467; Forward : 634



通过为用户提供更新颖和便利出行方式的角度介绍活动，更能拉近试驾活动与用户的距离，引发用户讨论并最终报名试驾。

## KOL - WeChat

Time Period: 2016.4.20-5.15

北京干嘛-  
这是一则最有“心机”车展策略  
Post : 4.20  
Reads:36,392; Like:11; Forward:2,269



玩车教授-  
你应该从没试过这样看车展  
Post : 4.30  
Reads:259,066; Like:265; Forward:184



良仓-  
作为一名新绅士，你得get开飞机这个技能！  
Post: 5.13  
Reads: 63,537 ; Like: 461 ; Forward: 1,935



在活动前中后期通过生活方式、专业领域和电商类微信KOL全方位推广，将试驾活动、车性能和后续活动针对不同人群进行了有效覆盖。

## KOL - Weibo

Time Period: 2016.4.20-5.15

北京人不知道北京事儿-

Post: 4.29 5.2

Reads: 356,000+

Interactive (Forward + Comments + Like):1,143



车手韩岳-

Post: 5.1

Reads: 10,000+

Interactive (Forward + Comments + Like):72



利用生活方式和个人专业领域微博KOL在活动前中期进行活动推广，借助车展热门话题宣传试驾活动。其中，专业车主的背书，深层次的推广品牌的专业度，从而最大程度的传播了活动。

# MINI X 滴滴出行

## BBS

Time Period: 2016.4.20-5.15

居然能做到第一个试驾MINI CABRIO，这次真的赚到了.....

Post: 5.4

BBS exposure in 汽车之家

Click: 5,157 ; Comments: 12



MINI小伙伴们福利来了！竟然能网购，还能让我免费开飞机

Post: 5.12

BBS exposure in 汽车之家

Click: 3,862 ; Comments: 12



在汽车专业论坛，以车主的身份介绍新车从而植入试驾和学飞机的活动，容易引起共鸣和探讨。对宣传车和活动起到了双重效果。

## 今日头条

Time Period: 2016.4.20-5.15

别开自己车去车展了，开这车又快还免费

Post: 4.23

推荐栏

展示数: 1,200,564; 点击数: 19,513

今日头条推荐页投放，精准定位在北京用户，借势车展热点在最短时间内将活动在媒体平台最大程度曝光。火速吸引用户眼球，为试驾活动博得声量。



## 预约情况

Time Period: 2016.4.20-5.15

**通过滴滴出行平台，一键预约，简化传统、复杂的试驾流程。**

截止到2016年5月15日，  
23,460人次通过滴滴发起预约MINI试乘试驾申请，  
5,875组小伙伴在试驾活动中申请了试乘/试驾MINI，  
1,473位伙伴在试乘试驾MINI有意向购买MINI，  
此次滴滴试驾活动总里程数高达41,250公里。



## MINI X 滴滴出行 活动视频回顾



Link:<http://v.qq.com/x/page/i0306s7ml5i.html>