**别克世纪36小时新车发布，开创MPV新世纪**

**广 告 主**：别克

**所属行业**：汽车

**执行时间**：2022.11.02-11.04

**参选类别**：大事件营销类

**营销背景**

1.别克全新旗舰 MPV 世纪**新车上市**，别克 GL8 自 1999 年面世，历经五代革新，已赢得百万用户青睐，而真正做到深耕中国 MPV 市场的别克更是趁着高端化的风潮，推出别克世纪车型，再一次向着“**成为市场标杆**”迈进。

2.GL8在国内MPV市场一直起到引领作用，别克世纪通过品牌本身的技术积累，以及对中国**用户需求**的**深刻理解**，重新定义豪华旗舰MPV。而它之所以受国人青睐，不仅是产品本身实力过硬，更是**以人为本的细节体验**和**严苛的安全标准要求**，而这些也是别克三盾标所传递的**核心产品内涵**。

**营销目标**

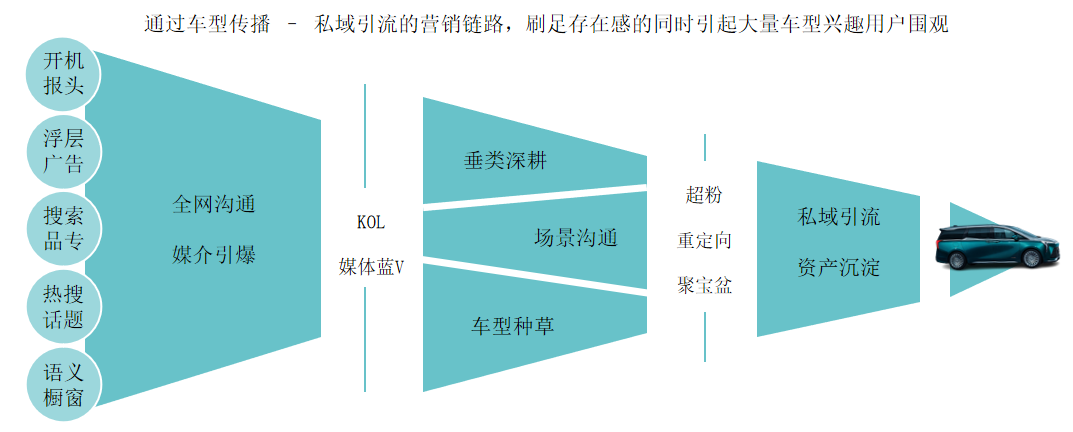
1.在众多MPV**车型扎堆上市**的背景下，如何通过媒介手段助力世纪**突出重围**。

2.通过本次上市为别克品牌及世纪车型精细化**沉淀品牌私域资产**，**扩容更多人群**。

3.借助平台有效**曝光新车**，同时**建设**世纪在MPV**行业的标杆形象**。

**策略与创意**

**案例视频：**<https://www.bilibili.com/video/BV1Gj411K7sZ/?spm_id_from=333.999.0.0&vd_source=3a0e412b6307e0c55fabf40eb6967aac>

通过**话题组合**模式，通过**分时分策略**，**多维度多圈层背书**世纪豪华MPV**标杆形象**。以**曝光资源+多频道差异化话题+精准媒介**三大组合投放模式，助力别克世纪上市实现**社交引爆**。

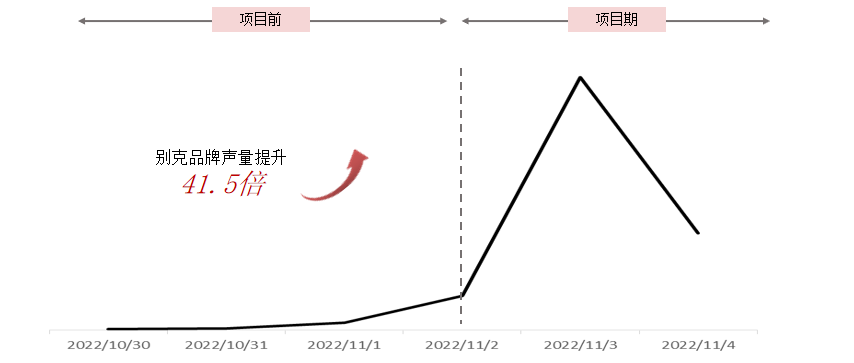
**执行过程/媒体表现**

**1.上市发布前24H**，新浪汽车率先搭起车型与用户的沟通桥梁，配合2大**垂类话题**运营，树立车型豪华、标杆的**标签认知**。 

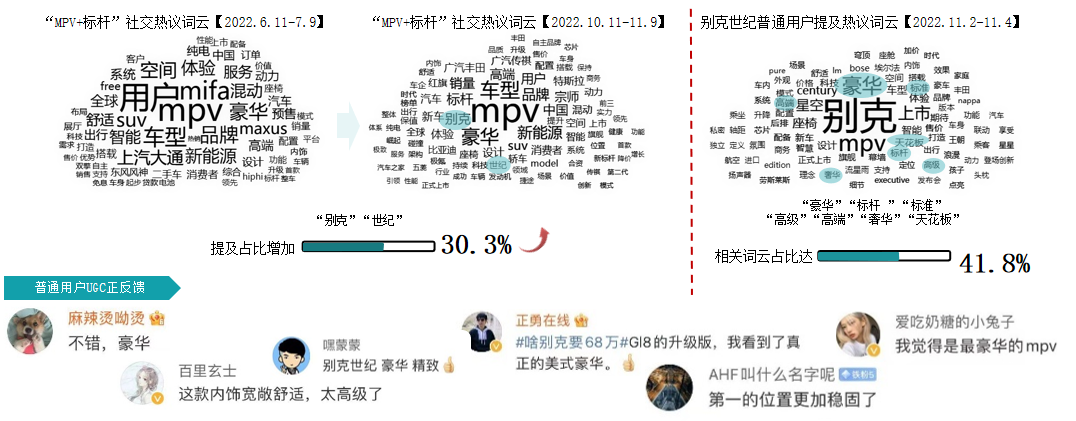
**2.上市当天24H：**11月3日，别克世纪携手汽车、媒体、旅游领域**共建热点话题矩阵**，从车型定位、车型售价、用车场景等**多维种草车型**。新浪汽车更是发挥**内容运维**能力，矩阵账号、圈层 KOL 跟随发布会**解读世纪车型配置亮点**，实现#啥别克要68 万#、#成功人士在车里躺着卷#、#那些逢人必推的百科全书#三大话题上榜。  **3.发布会后24H：**新浪汽车联动媒体二度入局，通过发布会**精华内容再触达**，夯实世纪豪华、标杆标签，**延续上市热度**。 

**4.项目全程：**贯彻**精细化人群沟通策略**，适配不同阶段营销目标与热点，通过超级粉丝通**精准推送**世纪优质素材，应用重定向功能**反复触达用户**，**深化车型认知**。

**营销效果与市场反馈**

**1.声量引爆**：话题累计阅读量**12.8亿**，发布会直播观看量**1370万**，项目期别克品牌社交声量呈倍数攀升，提升了**41.5倍**。

**2.品牌认知**：别克世纪成功刷新MPV行业**“标杆”形象**，建设**“高端”“豪华”**等**正向车型标签**。



**3.用户扩容**：经过本次项目投放别克及世纪均实现了兴趣人群扩容，**兴趣人群提升1081.12%**。