

宝马新世代车型传播

- **品牌名称：**宝马集团
- **所属行业：**汽车行业
- **执行时间：**2023.08.28-09.27
- **参选类别：**社会化营销类

- **2023年是宝马集团电动化转型的关键一年；**
- 在2023 IAA慕尼黑国际车展上，宝马集团发布BMW新世代概念车，该概念车以上个世纪60年代的让宝马大获成功的“New Class/新世代”车型为灵感，同时在电动化/数字化的革新技术加持下，开启宝马的全新阶段。面对此次历史性“战役”，我们聚焦宝马品牌“驾驶者为本”的核心主张，通过双话题营销+管理层营销+KOL深度访谈+轻量化高密度社会化传播，将宝马电动化与数字化的革新信息全面推广。
- 站在宝马战略转型的关键节点，如何适应市场变化、满足消费者对未来汽车的期待、巩固自身行业地位并引领行业未来发展趋势，对于宝马集团意义重大。面对国内外电动新势力的不断挑战，BMW新世代概念车的推出旨在开启宝马集团全面电动化发展的“新世代”。同时，对于外国车展如何面向中国广大网友传递企业战略信息，并且在中国社交媒体破圈传播具备一定难度。



- 希望通过慕尼黑国际车展向中国广大网友传递企业战略信息，并且在中国社交媒体破圈传播；不断扩散BMW新世代概念车及宝马集团未来愿景，加大在中国市场的影响力。
- 改变宝马集团以往传统营销模式，助力宝马集团开启传统公关向social传播转型。
- 多元化传播策略，涵盖圈层不断加码，各平台阻击，多地域扩散，环环相扣，层层包围，增强品牌在全球范围内的知名度和影响力。
- 长尾期持续激发话题讨论热度，进一步传播BMW品牌技术在“新能源时代”的战略定力，使BMW新世代&数字化和电动化优势深入人心。



- 首先改变宝马集团以往传统营销形式，将大而全的企业层面信息逐一进行Social化拆解，贴近广大受众的“信息需求”，助力品牌客户进行多样化、可视化内容传播。制定#宝马带你进入新世代#、#宝马的世界没有“无人驾驶”#双话题营销策略，正面强化宝马“以驾驶者为本”观点，侧面深挖宝马集团对于未来出行发展愿景。
- 突破性尝试高层领导第一视角内容，使其形象更加亲民“接地气”；
- 与3位德国当地具有一定影响力的KOL进行内容共创，发挥各自领域的专业知识和经验，从不同视角进行内容产出，跨平台破圈联动。
- 创新策划宝马新世代五日谈KOL系列直播栏目，通过KOL连续五天的深度观点输出，保持BMW新世代概念车在长尾期的持续声量。



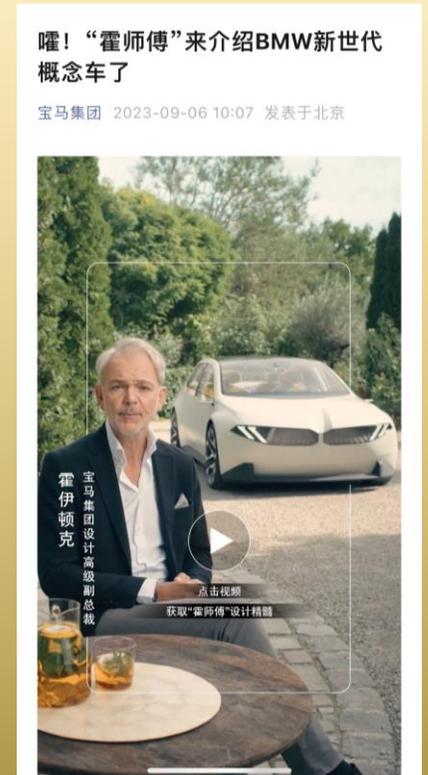
“话题先行” “双话题营销” 的传播策略

- 为了更好地吸引和引导公众的关注，整合传播声量，本次传播特别策划了两个微博热门话题——#宝，马上带你进入新世代# 和 #宝马的世界没有“无人驾驶”#。我们与多家汽车媒体和科技媒体进行了深度合作，在话题中共同对宝马集团官方账号进行广泛转发和深入互动，并通过用户不断的自发关注和讨论，从而有效地提高了此次传播在社交媒体上的知名度和影响力，全网话题热度突破宝马集团历史新高。
- 在策划中我们不仅充分考虑到广大用户的需求和兴趣点，还特别关注到了经销商伙伴的内容需求。为了满足他们在不同平台上的精准分发和信息扩散需求，我们精心定制了专属的物料，以确保传播效果的最大化。



跨越式营销，开创BMW social传播新纪元

- 为了进一步提升前宝马集团大中华区总裁兼首席执行官，现宝马集团董事长高乐先生，和宝马集团设计高级副总裁霍伊顿克先生在公众视野中的良好社交形象，并增强与消费者之间的互动与距离，我们精心策划并制作了“高乐高” vlog系列和“霍师傅”聊设计视频，为品牌与消费者之间打造了沟通的重要桥梁，为品牌的长远发展注入了新的活力。
- 在“高乐高” vlog视频中，高乐先生以轻松的方式分享了慕尼黑车展现场的一手消息，展现了一位杰出高层的风采和魅力。
- 而“霍师傅”聊设计视频则聚焦于宝马的独特设计和创新理念。深入浅出地解读了宝马设计的精髓和未来趋势，让消费者深刻感受到设计师的匠心独运和品牌的创新科技。



视频链接：

4. <https://video.weibo.com/show?fid=1034:4942368068272244>
5. <https://video.weibo.com/show?fid=1034:4942707861422132>

多元化传播策略，涵盖圈层不断加码

- 通过与德国当地达人fanfan在德国、300看德国、司梵克Volker合作共创，发布种草视频，跨平台破圈联动；将本次慕尼黑国际车展与BMW新世代概念车信息，成功触达抖音、小红书、快手、b站等社交阵地。



视频链接:

- <https://v.douyin.com/iNdroceY/>
- <https://v.kuaishou.com/5iaCHv>
- <https://b23.tv/whBG6Fe>

打造全新栏目——五日谈KOL系列直播

- 打造5场宝马新世代五日谈KOL系列直播，联动王洪浩、30秒懂车、夏东、颜宇鹏、袁启聪、Eva、赵璞、吴佩 8位媒体人进行BMW新世代概念车访谈直播，分别从设计、品牌、智能座舱、人机交互、驾趣5个维度发表核心观点，并选取直播金句制作视频进行二次传播。使得项目长尾期话题讨论热度依旧持续升温。



视频链接:

- <https://video.weibo.com/show?fid=1034:4950176486588430>
- <https://video.weibo.com/show?fid=1034:4946937502433312>
- <https://video.weibo.com/show?fid=1034:4945572700815397>
- <https://video.weibo.com/show?fid=1034:4948411217281062>
- <https://video.weibo.com/show?fid=1034:4946173262495776>

- 微博话题#宝，马上带你进入新世代#，累计收获曝光量 **7600w+**，话题阅读量创宝马集团 **周期话题历史数据新高**。
- 宝马集团官方阵地累计收获曝光量 **5000w+**，总互动量 **57k+**，新增粉丝数 **31k+**。领导高层视频累计收获曝光量 **800w+**，成为本次慕尼黑国际车展传播的 **爆款**。
- 德国本地达人视频共创累计收获曝光量 **130w+**，通过不同平台内容分发，让慕尼黑国际车展的信息更贴近中国网民，有效扩大了宝马集团本次慕尼黑车展在国内的知名度和影响力。
- 各大经销商伙伴生成的原创内容收获曝光量 **980w+**，专属传播物料极大提升经销商自主传播积极性。
- 宝马新世代五日谈8位 KOL直播累计收获曝光量 **750w+**，将BMW新世代概念车及宝马集团未来愿景等信息无一遗漏地向公众扩散。
- 本次传播成功助力宝马集团在慕尼黑国际车展期间信息传播扩散的高度曝光，增强了消费者对BMW新世代概念车的兴趣与产品知名度，同时打破了宝马集团传统传播思维，帮助其进行创新实践，开启了全新的social化传播阶段，充分展示了我们在社会化运营方面的专业能力和创新思维。后续宝马集团在社交媒体上的轻量化传播转型，如广州车展的“宝马真香”等，都是基于此次创新突破后的成果。

