

影豹中东上市及试驾活动

- **品牌名称:** 广汽国际GAC MOTOR
- **所属行业:** 汽车行业
- **执行时间:** 2023.02.10-04.30
- **参选类别:** 出海营销类

结案视频

<https://v.qq.com/txp/iframe/player.html?vid=k3538ltl80w>

【营销背景】

挑战：

影豹作为“新一代科技运动轿车”面临诸多挑战：在市场需突破已有竞品的包围，满足用户多样化的需求，并紧跟技术更新步伐。这些挑战要求影豹持续创新并精准满足用户需求，以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

机遇：

随着经济和生活水平的提升，运动轿车市场潜力巨大，为影豹提供了广阔的发展空间。GAC MOTOR品牌的高品质、高享受、高科技形象与影豹定位相得益彰，形成品牌与产品的双重优势。影豹在设计、驾控和科技方面独具特色，尤其在混动动力和驾驶辅助技术上的创新，有望吸引追求环保和科技的年轻用户。

结合影豹中东重要上市节点，举办产品深度体验试驾会 以第一视角的车型试驾体验直观感受车型尖端科技、潮流设计魅力



在专业赛车赛道上组织媒体、车主试驾会，邀请代言球星萨勒姆为活动拍摄祝福视频，在充满速度与激情的专业赛道上“模拟赛事”，体验影豹车型的澎湃动力及精准操控，感受肾上腺素飙升的年轻活力快感。

【营销目标】

塑造品牌形象：借助球星特质，塑造GAC MOTOR为创新、活力、关注用户体验的品牌。

深化产品认知：通过国际传播与意见领袖，让沙特消费者深入了解影豹的独特与优势，占领“新一代科技运动轿车”定位。

促进销售与反馈：通过专业媒体与用户测评试驾，收集市场声音，精准定位与宣传，实现初期销售目标，为后续拓展奠定基础。

【营销策略】

中东地区汽车市场日益成熟，消费者对汽车的需求从基本出行转变为追求品质、性能与体验。尤其对于年轻消费者更倾向于选择创新科技、独特设计和良好口碑的品牌。GAC MOTOR影豹作为一款具有尖端科技和潮流设计的车型，恰好迎合了这一市场趋势。

【营销创意】

聚焦产品魅力：借助球星代言人萨勒姆的巨大影响力，精心拍摄了一段祝福视频。这段视频巧妙地结合了球星的魅力与影豹品牌的价值，旨在提升品牌在跨体育圈层中的关注度，进一步扩大市场份额。

感受产品深度：为了让用户深入了解产品的独特之处，我们特别策划了#EMPOWERING YOUR LIFE JOURNEY#话题。邀请了汽车媒体、知名跨界意见领袖、经销商及普通用户一同参与，从宏观架构到细节体验，全方位感受产品的魅力与品质。

引燃市场热情：为了在市场中掀起一股热潮，发布了#与EMPOW一起跟随球星驰骋#话题。通过这一话题，将产品的优势和特色全面展示给市场，激发消费者的购买欲望，从而推动品牌的市场份额增长。

GAC MOTOR影豹沙特上市海外

		预热期传播	上市活动期传播	延续期传播
阶段目标		结合球星代言热度 提升上市关注度	活动亮点集锦 制造新上市最强声量	侧重产品力输出 多渠道传播引爆流量
阶段纲要		#它才是星中之星的推荐#	#EMPOWERING YOUR LIFE JOURNEY#	#与EMPOW一起跟随球星驰骋#
传播计划	核心创意	利用球星话题 吸引用户关注	邀约KOL到场参与上市活动 燃点活动声量	多渠道持续发酵传播 引爆流量
	传播策略	SOICIAL预热话题互动 设计产品预热素材	邀请汽车媒体及潜客参与活动 邀约跨界KOL落稿报道 产出高质量活动传播素材	发起社媒话题 指向提升用户到店 KOL素材持续转化为官方素材 同步传播
传播渠道		 PR Newswire®	 PR Newswire®	 官方平台及KOL各大社交平台

P 结合新车上市节奏，邀请媒体/潜客参与试驾，深度展示车型核心价值，提升新车口碑及传播热度

活动策划

活动邀约

- D**
- **活动场地筛选：**
结合影豹车型亮点，寻找专业赛道类型的试驾场地
 - **试驾方案策划：**
针对影豹车型核心USP指定试驾活动方案

- **跨界KOL：**邀请生活类等跨界KOL参与试驾，扩散上市影响力
- **汽车媒体：**邀请专业汽车媒体输出专业评测传播素材
- **潜客：**邀请高意向潜客参与试驾体验，促进销售转化

- C** **存在问题**
- 前期策划阶段未能充分考虑当地天气、文化习俗等因素，将主要试驾活动时间安排在白天，一定程度上导致邀约困难等问题；
 - 前期策划阶段未能充分考虑新车上牌问题，导致无法拍摄车型路跑素材，本土化传播素材受限，降低了后期传播内容的丰富度；
 - 与经销商之间的沟通存在部分反馈缓慢、细节沟通不到位等情况

- A**
- 需提升活动策划阶段五方联动会议频次，加强与经销商之间关于活动细节的讨论，提前排查出隐藏问题，减少活动过程中的意外情况；
 - 活动过程中的问题隐患需尽早反馈，加强沟通，制定好备案，共同保证现场活动效果

P 结合影豹车型亮点，合理设计并保质保量搭建试驾场地及准备各项物料

- 场地：结合影豹车型亮点，筛选专业赛道类型的试驾场地，围绕赛道竞速风格规划活动搭建方案
- 物料：背景板/道旗/发车拱门/A板/横幅/桌旗/logo立体字/分区指引牌等多种物料，以统一化的视觉风格展示车型元素，全方位体现品牌风貌
- 经销商联动：与经销商主担的上市活动进行打合，共用基础性物料

D



C

亮点 与经销商紧密沟通及配合 ①基础性物料共用，减低部分活动成本，提升活动效能；②GAC MOTOR制作之车型物料直接交接于经销商作二次利用，提升物料利用率的同时，统一化视觉元素有利于品牌形象展示

A

- 需继续保证活动搭建保时、保质、保量；
- 后续活动合理安排物料与经销商联动配合及二次利用

P 以紧密的环节设置，专业的运营保障，确保参与者全程体验专属服务

- 专属接待：礼仪身着沙特传统接待服饰热情指引，让活动嘉宾感受广汽国际的专业品牌形象及贴心服务
- 专业讲解：经销商高层领导致欢迎辞、沙特销冠结合现场展车为现场嘉宾详细解读车型优势功能点
- 深度试驾：专业教练规划试驾并讲解项目安排、专业赛车手指导进行试乘试驾带领现场参与者深度感受车型魅力
- 贴心服务：试驾环节结束后，引导嘉宾填写调查问卷，并发放专属伴手礼

D



C

亮点

- 活动运营环节紧凑，确保每位体验人员“体验感拉满”；
- 运营人员类型及数量安排合理，确保媒体、潜客到场后“事事有回应”

A

- 后续活动需保持运营优势，继续“以人为本”

【传播渠道】

为了确保GAC MOTOR影豹在沙特市场的上市流量达到最大化，充分运用广汽国际的全球社交媒体矩阵，实现全链路的传播覆盖。同时，借助海外媒体和知名关键意见领袖（KOL）的力量，共同打造一个立体化的传播矩阵。通过这种多渠道、多角度的宣传推广，旨在全面展示影豹的独特魅力和优势，吸引更多沙特消费者的关注，为影豹在沙特市场的成功奠定坚实的市场基础。

【创意实施】

整个创意活动以**3月14日影豹上市发布**和**3月15日试驾日**为核心节点。

在预热阶段，利用球星代言的热度，产出公关创意素材和互动话题，释放影豹产品亮点及产品信息，**为影豹正式上市做市场铺垫。**

在上市活动期间，组织媒体和用户试驾影豹，让他们亲身体会其卓越的性能和独特的设计。同时，整理并发布试驾体验的精彩集锦，**以最大程度地展示影豹的优势和魅力。**

在活动的延续阶段，承接活动积聚的热度，布局DLR传播落地。引导潜在客户对影豹的关注，并鼓励到店试驾。同时，通过KOL跨界合作，从多个角度深入解读影豹的产品力，**使其影响力得以破圈，覆盖更广泛的受众。**

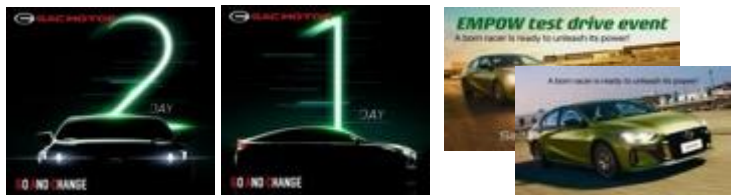
活动传播

结合广汽国际传播矩阵+海外KOL打造立体化传播矩阵，最大化引爆沙特影豹上市流量

预热期

结合球星代言热度，提升上市关注度

以活动预热为主，产出倒计时海报、公关美图及视频等创意素材，吸引用户关注



上市活动期

活动亮点集锦，制造新上市最强声量

结合上市发布及试驾活动传播活动亮点及影豹车型优势



延续期

侧重产品力输出，多渠道传播引爆流量

承接上市声量，发起社媒话题指向提升用户到店，KOL素材持续上线，最大化发酵话题



海外公关传播素材产出执行

➢ **传播执行问题点：**

受沙特人文、政策的影响，实际执行中会出现无法在城市使用无人机拍摄、相机拍摄受到阻挠等情况，海外素材主要为城市空镜，有关车型的素材集中在活动场地拍摄，主要释放产品优势。

➢ **改进措施：**

- ①活动执行前，尽可能了解当地人文/政策，及时调整传播素材规划；
- ②以既定素材，利用创意手段（如组合海报，结合素材拼接、虚实结合的手法），打造具有辨识度的海外公关传播素材。

KOL素材最大化利用

- **KOL证言公众号推文规划中：**结合KOL产出之素材，组合产品证言，花式为影豹打CALL，计划于4月初完成传播。

A

传播素材及方向，需及时根据活动执行情况进行规划备案及调整，基于流量最大化进行创意产出，保证传播效果及时效性。



传播内容规划

执行过程/媒体表现

预热期 2月23日-14日

上市活动期 3月15-17日

延续期 3月19日-24日

★ 3.14 影豹上市发布会 ★ 3.15 试驾日

预热期

结合球星代言热度，提升上市关注度

以活动预热为主，产出倒计时海报、公关美图及视频等创意素材，吸引用户关注

上市活动期

活动亮点集锦，制造新上市最强声量

结合上市发布及试驾活动传播活动亮点及影豹车型优势

延续期

侧重产品力输出，多渠道传播引爆流量

承接上市声量，发起社媒话题指向提升用户到店，KOL素材持续上线，最大化发酵话题

传播主题：结合广汽国际传播矩阵+海外KOL打造立体化传播矩阵，最大化引爆沙特影豹上市流量

全球社媒

SOICIAL话题互动

利用球星话题，卷入当地用户，活动强曝光

预热海报全平台发布

制造悬念预热活动

预热九宫格美图

魅力先享，上市前蓄力

活动美图+现场视频快剪

结合上市发布会内容，通过明星及主话题全面铺开极速拉升声量

邀约试驾话题+活动总结美图+总结视频快剪

承接上市声量，布局DLR传播落地引导潜客关注及到店试驾

视频平台

预热视频

释放造型亮点，预告试驾活动及上市信息

公众号

影豹沙特上市长图

精彩瞬间回顾，持续发酵上市话题

活动总结长图

组合KOL素材资源，价值最大化发挥

媒体及KOL

新闻通稿+邀约媒体集体发稿

全网传播扩散，提升上市曝光

邀约KOL破圈传播

跨界多维度解读产品力，推动声量及互动量

活动 亮点

新车热度，深度体验

影豹沙特上市后，邀请媒体及潜客

深度试驾体验影豹车型

专业赛道，纵享激情

充满激情的赛道场地，专业的试驾科

目设计，突出产品的核心卖点

贴心服务，无忧试驾

紧密的环节设置，专业的运营保障，

确保参与者全程体验专属服务

01 全球社媒

在全球四大社媒平台进行宣传
曝光量**70万+**，互动量**15万+**

03 海外官网

紧随海外通稿节奏
同步发布预热及上市稿件共2篇
总访客量约**4千**，总浏览量**4.2千+**

05 海外KOL

产出多条视频、多篇图文
总曝光量**268万**
总互动量**7.1万+**

02 海外通稿

3月7日发布上市预热通稿1篇
3月15日发布上市活动通稿1篇
总落稿达**325频次**，触及**4150万+**潜在受众

2023沙特影豹上市 立体化矩阵传播

04 公众号\视频号\抖音

持续发布多样素材，阅播量**72.7W+**
优质内容朋友圈同步转发



球星相关内容 2月23日-3月7日发布



2月23日 FACEBOOK、INS



3月3日 FACEBOOK、INS、TW



3月7日
FACEBOOK
INS
TW

球星代言祝福内容 3月15日发布

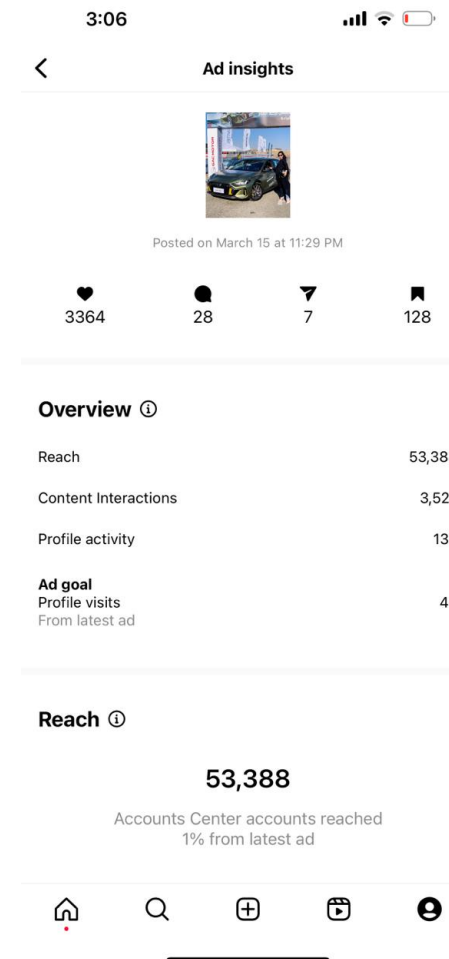
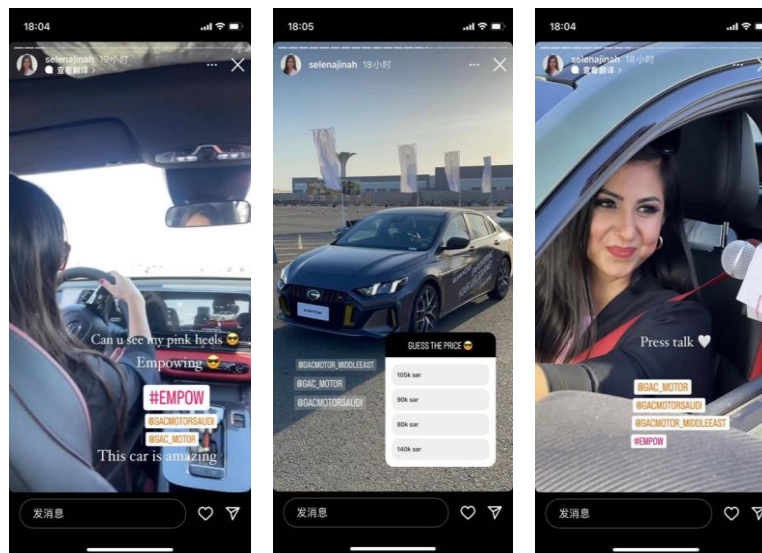


@selenajinah 3月16日发布

发布平台: Instagram

发布内容&数据: 发布1篇post, 产出图片素材6张, 截止目前曝光数**208,022+**, 触达数**53,388+**, 互动数**3,527+**; 额外赠送17条IG Story

全球社媒 | 国内社媒 | 海外KOL



Post发布链接: https://www.instagram.com/p/Cp1vxgHq2_i/

P

充分调动在地资源优势制定新车上市试驾会，广邀专业垂媒、跨界KOL及潜客等到场参与
线上强引流、线下高热度全链式传播，实现品牌力和产品力声量双最大化

D

线上策划推广

产出精美素材，提升活动关注



- 海外社媒：在全球四大社媒平台进行宣传曝光量**70万+**，互动量**15万+**
- 公众号\视频号\抖音：持续发布多样素材，阅播量**72.7W+**
- 海外KOL：产出多条视频、多篇图文，总曝光量**831万**，总互动量**7.3万+**

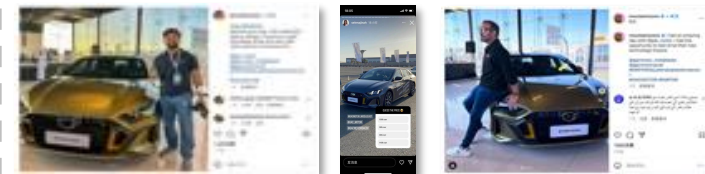
线下专业场地试驾会

中东专业赛道场地资源，举办大型试驾会活动



邀约专业垂媒、跨界KOL双合作

配备当地专业垂媒及跨界KOL资源，全方位引燃网上热度



- 海外官网：同步发布预热及上市稿件，总访客量约**4千**，总浏览量**4.2千+**
- 海外通稿：总落稿达**325频次**，触及**4150万+**潜在受众

C

合作资源亮点

- **丰富的在地场地资源**：拥有丰富的在地活动场地资源，成功得到优先举办活动租借权；
- **专业的试驾科目设计**：活动团队拥有丰富的车型产品上市会及试驾会经验，能为产品制定专业且突出其属性的试驾科目；
- **优秀的运营保障团队**：与当地服务团队有紧密联系，能保证异地活动完美运营；
- **强大的全球媒体体系**：拥有当地丰富的媒体库，能顺利邀约专业垂媒及各类型KOL参加线下活动，为上市活动制造强大声量。

传播资源亮点

- **传播稿件发布渠道丰富**：海外通稿落稿数多，触及多个国家及超越千万级潜在受众；
- **KOL素材最大化利用**：得到KOL传播素材授权，实现素材国内外转化，强化客户品牌传播渠道
- **专业的素材产出团队**：拥有专业的拍摄团队，实时转化活动素材，实现素材利用最大化

A

拥有全球活动举办资源，配以专业的运营团队、优秀的媒体合作以及丰富的传播渠道，帮助客户完成产品上市，增强活动影响力，实现终端销量提升。

试驾活动调研共计回收有效问卷16份，核心观点如下：

问题1	“新一代科技运动轿车”是否符合影豹的产品定位？
产品定位	小结：94%的受访者认为“新一代科技运动轿车”符合影豹的产品定位；其中认为影豹产品定位不符的受访者，核心观点为“影豹运动轿车设计没有达到我的期望”。
问题2	以下哪一种描述更适合影豹的卖点？
产品优势	小结：70%的受访者认为“运动轿车设计”就是影豹的核心卖点。
问题3	您认为影豹的核心竞品是？
核心竞品	小结：半数受访者认为MG GT是影豹的核心竞品。
问题4	您认为影豹最需要增加的功能是什么，其中成本仅供参考
产品功能	小结：近半数受访者希望见到影豹增加混动动力的选择，其次驾驶辅助技术及车联网功能也是受访者关心且期待的功能类目。
问题5	根据影豹的上市价格，本品最适合当地哪个收入群体？
品牌印象	小结：受访者认为月收入在4000-8000、8001-12000里亚尔的用户，都将是影豹的目标用户。
问题6	对GAC MOTOR的品牌印象
品牌印象	小结：受访者的GAC MOTOR品牌印象关键词TOP3：高品质、高享受、高科技。

【亮点成果】

活动创新：在专业赛道模拟真实环境，展现影豹卓越性能、精准操控与独特设计。参与者亲身体验极限表现，感受核心卖点魅力，提升影豹在中东市场的竞争力，为后续拓展奠定基础。

运营严谨：专业接待、深度试驾，体验影豹魅力；专业讲解、贴心服务，全程无忧体验。运营紧凑高效，确保每位嘉宾尽享尊贵体验。

传播多元：广汽国际与海外KOL共同打造立体化传播矩阵，引爆沙特影豹上市流量。

以上数据在各媒体平台均有直接展示，为项目的成功提供了有力的数据支撑。

【数据亮点】

截止至4月10日12点，影豹沙特上市的海外传播实现了**100%正面及中性舆情占比**，展现了极高的口碑与接受度。

全球各大社交媒体、海外官网、海外关键意见领袖（KOL）、海外通稿、微信公众号、视频号及抖音等平台共同发力，实现了总曝光量高达**4600万**，互动量**突破22万**。

-在脸书、推特、Instagram和YouTube四大全球社交媒体平台上，影豹的曝光量高达70万+，互动量达到15万+，显示出极高的用户参与度。

-2篇上市预热通稿在全球范围内获得了广泛的传播，总落稿达325频次，触达了4150万+的潜在受众，为影豹的上市打下了坚实的品牌公众基础。

-在官方网站和其他平台发布了预热和上市稿件共2篇，吸引了约4千的独立访客，总浏览量达到了4.2千+。

-通过持续产出发布多样化的素材内容，总曝光量达到了268万，阅播量达到了72.7W+，总互动量也达到了7.1万+。

通过广汽国际与海外KOL立体化的矩阵传播，将影豹的品牌形象和产品优势广泛传播至沙特市场，赢得了消费者的广泛关注和好评。