

捷途汽车乌兹别克斯坦线上推广项目

- ◆ 品牌名称：捷途汽车
- ◆ 所属行业：汽车制造行业
- ◆ 执行时间：2025.03.01-05.20
- ◆ 参选类别：汽车及交通运输类





案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

http://v.youku.com/v_show/id_XNjUwMDgxNzlxMg==.html



背景&目标



市场趋势：2024年电动及混合动力汽车进口占比**55.8%**，数字媒体流量激增，广告格局向新媒介倾斜。（乌兹别克斯坦海关委员会数据）



品牌动作：捷途品牌处于上升期，主推T2、X70、X90系列及大圣车型，2025年计划隆重上市。





背景&目标

💡 机遇

- ✔ 消费者注重价格与品质平衡
- ✔ 汽车需求连年走高，市场空间广阔
- ✔ 数字营销成为主流传播方式

⚠️ 挑战

- ✘ 雪佛兰、比亚迪等竞品先手布局
- ✘ 品牌价值感知浅薄，内容深度不足
- ✘ 依赖非官方渠道，消费体验混杂





背景&目标

短期目标

≥ 3000 万次/月

精准流量曝光

≥ 1250 条/月

销售线索数量

长期目标


- ◎ 转变销售格局，增强官方渠道影响力
- ◎ 深化本地化进程，构建“旅行+”品牌战略
- ◎ 辐射中亚市场，品牌定位一带一路共建者，深刻融入和影响当地消费者文化与生活。






III 目标受众精准洞察



 **核心人群：**本地中产阶级中青年（25-34岁），标签 **#爱露营 #家庭出游 #数字移民 #社牛**

 **需求痛点：**科技智能、多道路条件适配、身份象征

 **触达渠道：**品牌官网+实体门店+电商平台+媒介推荐



2 III 创意策略综述

Рассрочка 0% до 2-х лет



矩阵策略

以Facebook、Instagram为核心，覆盖全球化与区域化媒体，强化官方渠道形象。



内容策略

俄语+乌兹别克语双语内容，聚焦品牌形象、质量保障、售后服务，增强价值感知。



投放策略

品牌深化、新车上市、车型推曝三重节点，构建传播转化漏斗，实现品效合一。



III 构建高效媒介转化漏斗

目标用户逐渐转化收割

品牌印象深化

曝光渗透+粉丝沉淀



Facebook YouTube Instagram

媒体结合达人**破圈传播**，深化“旅行+”的品牌理念，利用**社交媒体广泛传播**，突出官方形象，强化用户认知。

新车上市

曝光渗透+种草引流



Facebook Instagram Vkontakte

优质内容触达+KOL传播发声+社交媒体蓄水，助推新品声量，驱动口碑裂变，营造上市氛围。

在售车型亮点推曝

种草引流+拦截转化



Google Facebook Instagram Yandex

持续占领用户心智，激活粉丝价值，利用**信息流高频触达+搜索拦截**，精准收割用户，实现高效转化。

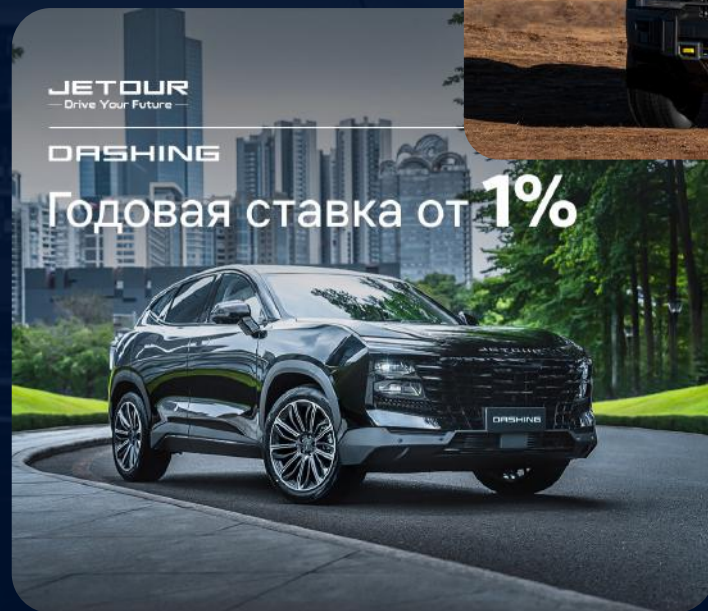


深度本地化内容打动核心受众

AZ 语言适配：俄语+乌兹别克语双语覆盖，精准触达本地用户，增强文化认同感与情感共鸣。

🎯 内容主题：聚焦使用场景、核心卖点、专业测评、品牌大事，全方位传递产品的价格与品质优势。

💡 形式创新：采用剧情式、情感式等多元化营销手法，生动演绎并深化“旅行+”的品牌核心理念。





III 节奏紧凑持续发力传播

上市前 (TEASER)

Attention



泛生活内容+本地化营销, 预收精准流量。

上市中 (LAUNCH)

Association



病毒式分发+垂直扩散, 聚焦强势卖点。

上市后 (SUSTAIN)

Awareness



自然流量聚拢+产品移情, 深化情感连接。





效果&反馈

≥8500 万次/月

曝光量 (超KPI 280%)

3400 个/月

销售线索 (超KPI 272%)

**降低50%/
100%**

CPM / CPL 成本优化

KPI目标与实际达成对比

■ 目标 ■ 实际

曝光量 (万次)

销售线索 (条)



DASHING



效果&反馈



战略价值



本地化深化

强化官方渠道建设，优化品牌互动和服务体验；
乌兹别克语品牌内容的大规模传播，加深本地用户触达，引发文化共鸣。



品牌升级

以美好生活共建者姿态打造差异化品牌形象，持续传递“旅行+”价值；
乘“一带一路”东风，立足乌兹别克，深耕中亚市场。



长效增长

兼顾女性决策者、增加乌兹别克语比例等实战总结的差异化流量打法，
平衡成本与转化，有力支撑长期战略。