**奥迪Q3**

**所属行业：**汽车

**参选类别：**数字营销最具影响力品牌

**品牌简介**

在泛90后已经取代传统车市消费主力的今天，后浪们对车辆的需求早已经脱离了传统购车理念个性化、运动化已经成为了市场主流，跨界SUV的出现，以更具攻击性的姿态让更多的年轻人成为拥趸。

1968年奥迪首次推出掀背造型的Audi 100 Coupe，在这之后时隔52年之后，奥迪再次将轿跑这一设计语言与SUV相互融合，打破同质化设计之后的奥迪Q3轿跑即将上市。

**2020年数字营销影响力表现**

奥迪Q3轿跑作为奥迪首款国产轿跑SUV，承载了SUV的力量与轿跑的精致，力量与美，如何作为奥迪Q3轿跑上市开幕视频，需要面对用户短时、快速吸引关注并传达正确信息，让感观瞬间觉醒。

奥迪Q3借助年轻、运动、潮流等元素，强化奥迪Q3轿跑SUV与潜在用户群沟通，增强潜在用户群对奥迪Q3轿跑这一全新细分市场车型对自我生活的关联和认知觉醒自我。

**代表案例**

**2020年奥迪Q3轿跑上市及病毒视频**

2020年春天，疫情正在趋于稳定却又虎视眈眈，新款奥迪Q3想要在上市初期凭借病毒视频传递品牌及产品形象，获取消费者注意。

2020年春天，为了更好的帮助奥迪Q3轿跑在上市初期聚集声量，展示品牌对疫情乐观的态度和行业复工的信心，也让受众感观觉醒，发现自己。通过视觉、听觉、触觉、生活方式等日常内容，将奥迪Q3与更多目标人群日常生活场景的融合，让目标人群容易产生情感带入和共鸣。

病毒视频链接：

<https://www.bilibili.com/video/BV1qv411W7Ze/>

<https://www.bilibili.com/video/BV1Dr4y1T7gV/>

<https://www.bilibili.com/video/BV1ht4y1z77s/>

<https://www.bilibili.com/video/BV1PT4y1K7gc/>