



2024 滴滴 商业化案例合集

DIDI
Cooperation cases

滴滴商业化团队

品牌上新：助力HR黑绷带面霜非凡新作，演绎龙年奢颜礼

Background：赫莲娜黑绷带面霜·2024非凡新作·新年限定礼遇推广·引导受众乘车期间购买转化

投放时间：2023.12.28-2024.1.4 | 投放效果：双端总曝光量：1813W+；总点击量：138W+

开屏广告



总曝光7,793,184
总点击639,385 | CTR8.2%

行程中动态异形弹窗



总曝光7,526,888
总点击736,444 | CTR9.8%

HR京东商城



*线下彩蛋车还在筹备中

车载屏15秒破框创意开机



(北上广深成都杭州)

总曝光2,810,286

定向
逻辑

基础定向：F25-45
城市定向：一线+新一线+二线
车型定向：专车/豪车
Tgas:精致妈妈、情侣送礼、中产&白领、
医美、运动、高端家具、跨界场所、美妆
个护广告互动等高消费人群

品牌上新：滴滴豪华车联手HR黑绷带面霜礼遇龙年非凡新作

Background：滴滴豪华车联手赫莲娜黑绷带面霜打造全新体验新模式，与你一起全方位体验2024非凡新作，开启至美新年

投放时间：2023.12.28-2024.1.4

「滴滴豪华车-定制乘车仪式」

线下专属接驾体验布局，制造更完美的奢享体验

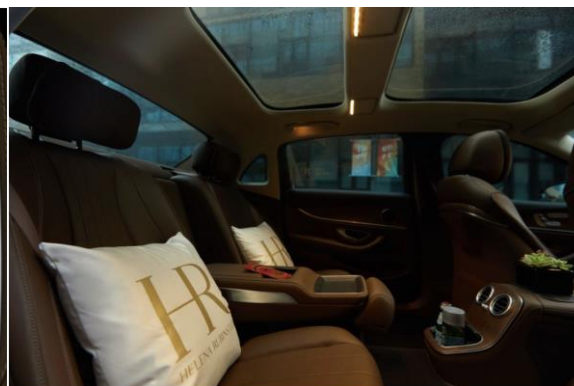


专属
接驾



「豪华车-定制细节展示」

豪华车涉及：车身定制|车窗贴定制|迎宾灯定制|品牌专属抱枕及红包



精准营销：CPB TR线CNY针对三亚出游人群精准触达

Background：CNY期间抓取三亚城市的高消费旅游人群+目的地为免税店的人群，高效导流海南免税及CPB线下快闪店，提升转化

投放时间：2024.1.16-2024.2.29

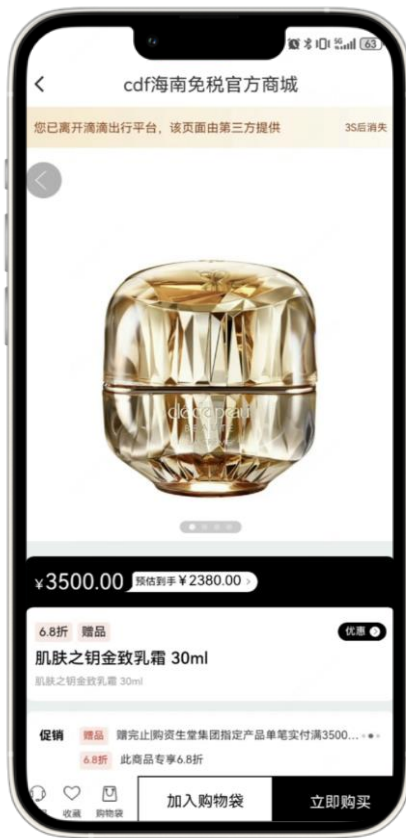
「行程前基于过往三亚IP漂移&高消费人群精准触达」

「行程中基于目的地为三亚免税店1公里内实时触达」

行程前动态开屏



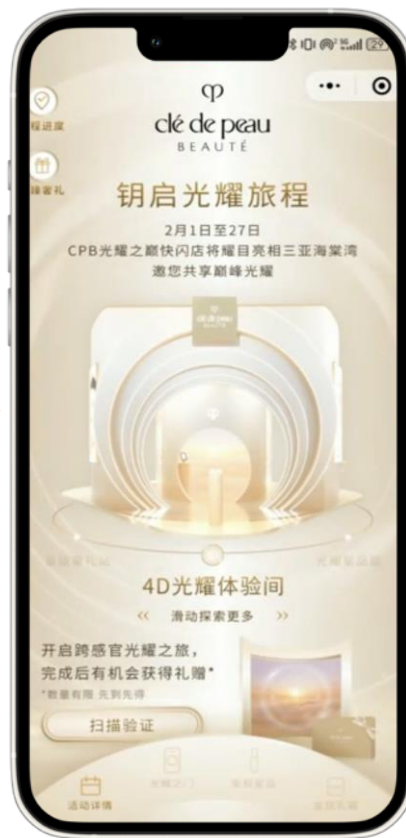
cdf海南免税官方商城



行程中弹窗广告



CPB活动网站



*项目投放中

○ 线下导流：LV「依好，上海」线下展，活动导流

Background：针对LV线下展，实现城市出行场景覆盖&导流；线下300辆豪华车针对高质出行人群做定向触达

投放时间：滴滴出行2023.10.12-10-14 青桔2023.10.11

「APP端-跨矩阵触达受众」

青桔单车-首页弹窗



CTR 4.22%

滴滴出行-行程中弹窗



CTR 4.56%

「线下-上海豪华车彩蛋车出没」

上海 **300** 辆豪华车

LV「依好，上海」明信片车内派发



节点营销：YSL七夕礼盒上市，精准狙击送礼男性

Background：针对七夕送礼场景，精准定向高潜送礼的男性受众群体，基于出行场景深耕送礼心智，提升YSL品牌影响力

投放时间：2023.8.14

「YSL定向逻辑」

基础定向：M18-40；月均打车消费3000元+

城市定向：

北上广深/成都/杭州/南京/西安/长沙/武汉/重庆/
郑州/合肥/东莞/苏州/厦门/宁波/天津/福州/青岛

出行时间：夜间出行（19:00-23:00）-约会人群（20-35岁，男女发送“行程分享”至微信）

出行频率：高频/每周5次以上

常用车型：优享，专车，豪华车；

打车目的地：过去1个月内，多次打车前往高端住宅、高端酒店、电影院、网红餐厅、早教中心、月子中心、游乐园等

历史广告点击人群：美妆/奢侈品/送礼广告高互动人群

「行程中 弹窗+车载屏开机触达」

动态异形弹窗CTR：10.11%

车载屏开机（15sTVC）|（北上广深成都杭州）CTR：7.2%



YSL 投放效果：总曝光量：650W+ 总点击：64W+

节点营销：联手茅台一同举杯，邀你一起接龙中国年

Background：滴滴线上线下出行黄金矩阵打造茅台「就酱有盼头」主题活动，与亿万华夏儿女一起喜迎中国年

「APP端-行程前&中覆盖」

行程前-静态开屏



行程中-星钻地图



跳转茅台品牌活动阵地
点击二跳至APP



「豪华彩蛋车-营造品牌氛围」

豪华车涉及：车身定制|车窗贴定制|品牌定制玩偶|品牌专属迎新礼



事件营销：携手兰蔻小黑瓶开启一场无畏低温的冰雪之旅

Background：全方位演绎兰蔻小黑瓶哈尔滨冰雪大世界品牌事件，引导手中乘车期间购买兰蔻小黑瓶龙年限定礼盒

投放时间：2024.1.15-1.21

「移动端-行程前中开屏+弹窗+LBS实时目的地触达」

行程前-动态开屏



定向哈尔滨投放
点击跳转至兰蔻京东旗舰店

行程中-全屏H5弹窗



行程中-星钻地图



LBS实时定向打车目的地
为冰雪大世界的人投放

兰蔻定制地图icon



定向哈尔滨全市投放

「车载屏端-行程中触达」

行程中-兰蔻车载屏开机广告



定向北上广深、成都、杭州

投放效果：曝光量：1164W+ | 曝光完成率：115% | 点击量：113W+ | 点击完成率：143% | CTR：9.73%

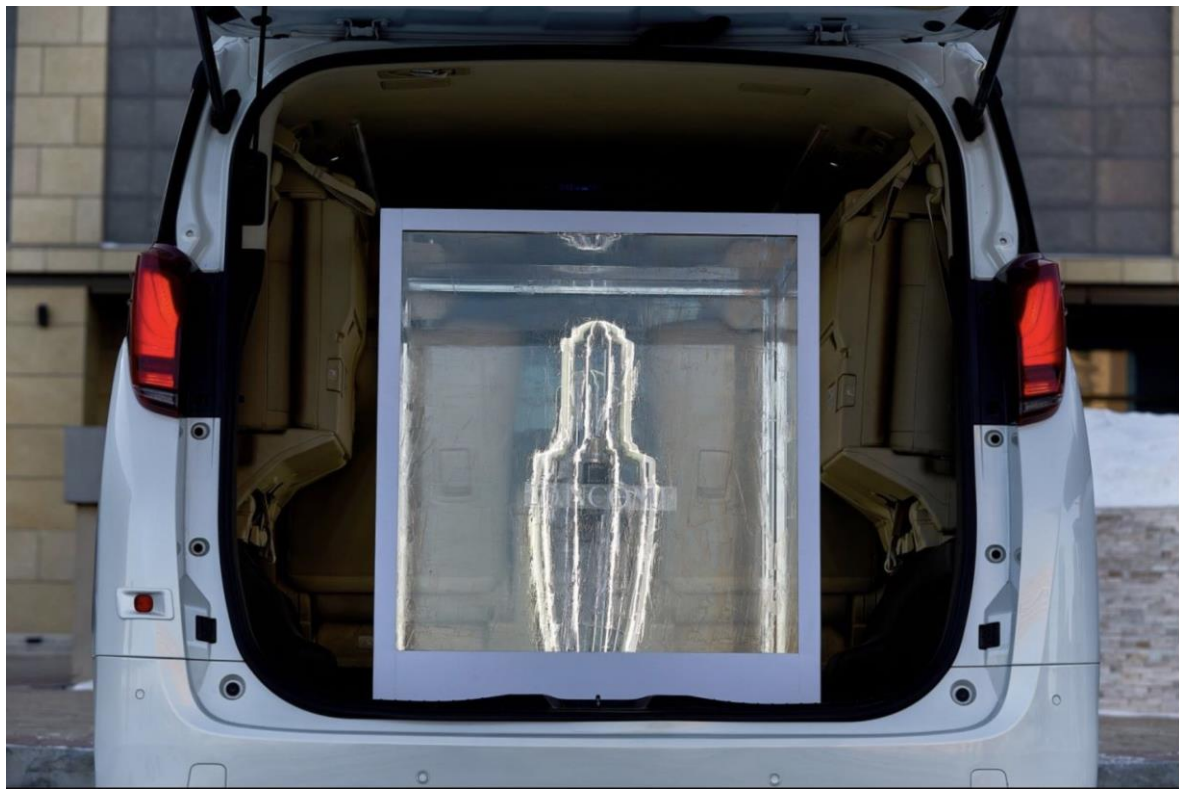
事件营销：兰蔻小黑瓶X豪华彩蛋车打造肌肤修护新空间

Background：打造兰蔻小黑瓶专属Alpha豪华彩蛋车，持续演绎兰蔻小黑瓶哈尔滨冰雪大世界品牌事件，全方位体验肌肤修护之旅

投放时间：2024.1.15-1.21

「豪华彩蛋车-兰蔻专属艺术装置」

线下打造兰蔻专属视觉艺术，



「豪华彩蛋车-定制细节展」

豪华车车涉及：车内后排兰蔻定制空间|车窗贴|梳妆台|迎宾灯|品牌TVC轮播等



事件营销：Sisley贯穿出行生态，覆盖高净值女性

Background：Sisley全能乳液首次合作，借势滴滴出行生态实现全链路破圈营销，线上小程序申领，可线上邮寄or线下专柜核销

投放时间：2023.3.1-2023.4.9(硬广3.1-3.8，线下25辆豪华车派样3.9-4.4)

「APP+车载屏双屏触达」

星钻CTR 0.6%

弹窗CTR3%



「Sisley线上领取路径」

小程序跳转需要二跳
滴滴制作中转页



点击跳转至
微信小程序领取小样券



选择小样邮寄到家服务



「APP+车载屏双屏触达」

滴滴彩蛋车司机派送



事件营销：Sisley×豪华车彩蛋车活动首发

Background：Sisley全能乳液首次合作，借势滴滴出行生态实现全链路破圈营销，线上小程序申领，可线上邮寄or线下专柜核销

投放时间：线下25辆豪华车（25台奔驰E）派样3.9-4.4

「礼包内容：购物纸袋*1,礼品纸盒*1（含全能乳液升级版体验装4ml+ 2片S精华水1.5ml）小样册*1（全能乳液升级版体验装 1.5ml）」



品牌上新：百事无糖生可乐定向食客白领-场景派样

Background：百事新品上市，滴滴出行线上定向触达白领TA，线下通过滴滴独有的彩蛋车营销新品派发，拉近生可乐与用户的距离

「 5.8-5.14 线上TA触达 」

开屏



CTR 2%

弹窗



CTR 4%

定向逻辑

● 开屏定向

- 18-35岁，
- 15座城市，
- 面向白领，热爱美食的人群

● 弹窗定向

- 18-35岁，
- 15座城市，
- 目的地：美食（餐厅）/写字楼/办公园区/便利店/商超/商圈
- 频率：1周去过2次

「 5.8-6.7 线下TA互动：彩蛋车派发 」



滴滴发出55辆专车

在上海/深圳两个城市派发，共计12000份

场景营销：青桔单车助脉动打通大运会户外场景化营销

Background：脉动就成都大运会节点，锁定青桔合作，点击app端王牌点位跳转至饿了么，领券利诱导用户进行会员注册/购买

「青桔移动端-开屏+弹窗」

静态开屏



弹窗



品牌H5落地页



开屏

曝光量：57w+，完成率114%

点击量：6600+，完成率133%

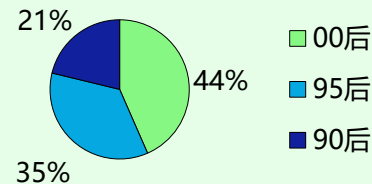
弹窗

曝光量：57w+，完成率114%

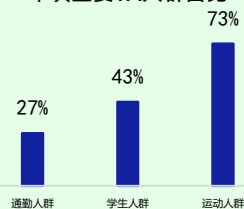
点击量：3300+，完成率135%

此波投放人群画像

90后+95后年轻人群占比接近79%



本次主要TA人群占比



PART 01

时节营销

冬日营销：霸王茶姬造初冬出行场景暖饮事件营销

Background：在高契合初冬出行场景下，联合滴滴打造「暖饮」x「出行」双福利事件，成功为品牌小程序会员拉新并引流到线下门店

投放时间：2023.11.8-2023.11.10

O2O打车链路派「暖饮+暖行」双福利



「暖心」彩蛋车造品牌初冬事件

APP端
-
捕捉
出行
第一眼
感知



开屏

星钻地图banner

行程中弹窗

霸王茶姬留资页面



双福利诱导留资



3城共投放6辆霸王茶姬定制豪车，专车含车窗贴常规接单90台



豪车-品牌抱枕+暖饮



专车-暖心车窗贴



车标icon

上海

武汉

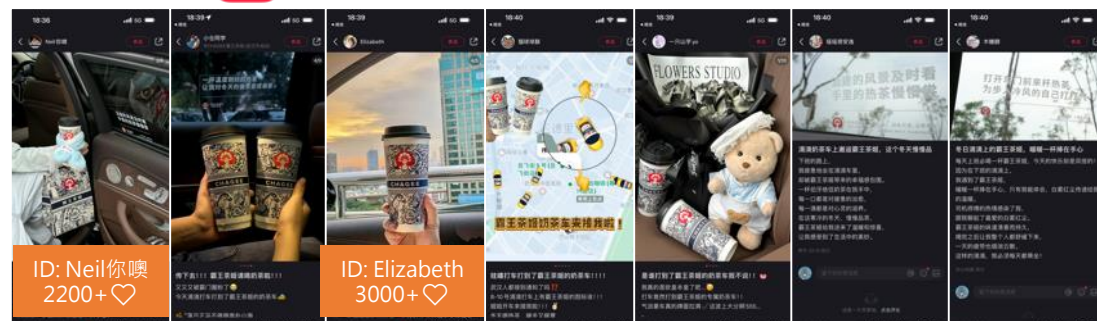
成都

车载屏端
-
包断
22分钟
车内
Breaktime



下车强提醒

小红书 social矩阵联动宣传扩散活动影响力



总曝光34,000,000+（完成率110.65%）总点击：80000+（点击溢出135%）弹窗CTR：9.7% 总留资：10000+

暖冬营销：Costa携手滴滴制造白领的冬日温暖奇遇

Background：借势传统节点小雪/大雪，从线上到线下全方位打造「出行有你 温暖奇遇」暖心大事件，构建品效新闭环

投放时间：2023.11.22-2023.12.20

「Costa×滴滴出行」

小雪/大雪反差节点营销



ONLINE：小雪+大雪冬日温暖奇遇

行程前开屏+行程中异形弹窗

行程前开屏+行程中异形弹窗+联合落地页 大雪BIGDAY限定-超级流量矩阵



打车券福利
车标icon
首页换肤
首页card



车内22分钟
品牌高质沟通

OFFLINE：大雪节气的冬日温暖奇遇（豪华车）

外围传播造势

Costa
三挡彩蛋车
豪华车
快车
SSR彩蛋车

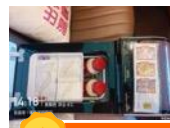


奇遇彩蛋车试驾

定制迎宾灯



车内暖柜派样



定制抱枕



定制车窗贴



户外+微博+小红书多元扩散



北京|杭州
户外广告大屏曝光
12.7-12.20 总曝光630w

夏季营销：「畅爽放飞 快乐加倍」造联合大事件

Background：可口可乐夏季campaign联合滴滴出行大事件，打造专属出行惊喜！

投放时间：2023.8.1-9.5

「APP端捕捉出行第一眼感知」



开屏

弹窗

弹窗

「车载屏端-包断22分钟的车内Breaktime」



可口可乐-品牌专区



欢迎页/结束页/首页card



车载屏-信息流

「线下：400辆豪华车彩蛋车联动10城助力用户出行体验up!」

升舱权益

豪车接驾

畅爽体验

畅爽音棚

品牌定制车窗贴



全国10城用户随机惊喜升舱



司机口播品牌slogan



畅爽可乐产品提供



车内播放品牌定制歌单



可乐走心车窗贴

*项目数据还在统计中

夏季营销：「畅爽放飞 快乐加倍」造联合大事件

Background：可口可乐夏季campaign联合滴滴出行大事件，打造专属出行惊喜！

投放时间：2023.8.1-9.5

「站内外联合宣推，助力滴滴×可乐跨界活动影响力升级」

站外4城户外广告投放·投放时间9.1-9.14



站内APP 首页card



评价词云



权威营销号大v持续传播



小红书KOL/KOC矩阵助力联合活动口碑发酵，影响更多受众（截图为部分展示）



消费者真实评价（部分截图）



*项目数据还在统计中

夏季营销：佳得乐打透骑行场景造真实O2O闭环营销

Background：在高契合高热度的骑行场景下链接佳得乐品牌与用户，在骑行风景线中造佳得乐品牌风景

投放时间：2023.7.15-8.13

「线上滴滴骑行矩阵青桔单车平台传播」

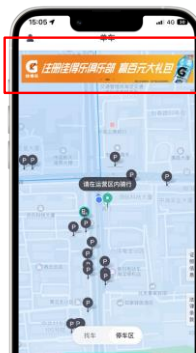
青桔APP-开屏

小程序首页banner 异形弹窗



地图icon

APP顶部banner



线上引流佳得乐G club



「线下5城骑行风景线里造品牌风景」



上海

济南

深圳

杭州

成都

5城共投放3200辆佳得乐×青桔定制单车

青桔social矩阵联动宣传扩散活动影响力

滴滴青桔官方微博



小红书滴滴青桔官号



抖音滴滴青桔官方账号



总曝光35,421,764 (完成率110.69%) 总点击：1,497,552 (点击溢出148%) CTR：4.23%；总参与骑行人数70万+；小程序拉新4.2万+

PART 02

滴滴IP营销

滴滴IP：冲王者皮肤！将出行日常深度链接游戏人生

Background：王者人生×滴滴站内超级IP「冲冲冲」，打造专属出行惊喜！2023.11

投放时间：2023.11

APP端
-
捕捉出行第一感知



开屏



动态弹窗



banner+导航



车标icon



可一键拉起微信小程序
领取奖励（开礼盒/领取皮肤碎片）



领取页



告知页

Social端助力活动扩散

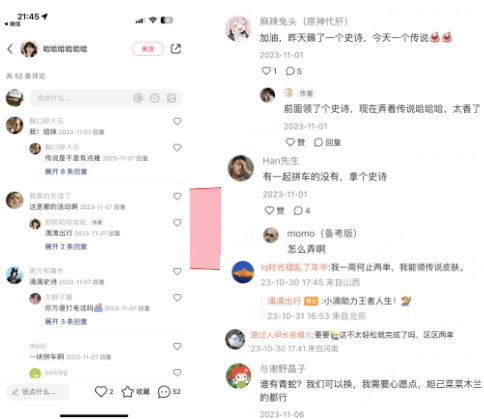
引发自来水活跃参与



滴滴微博



滴滴小红书



用户评价（微博/小红书）

品牌IP：携手原神主题联动，面向旅行者发车啦

Background：线上赢好礼，线下多城联动限定彩蛋车陆续上线暗含「珍贵的宝箱」海灯佳节，快与嘉明和滴滴一起美好出发吧

投放时间：2024.02

01 上滴滴搜原神
抽全年打车免单和原神礼包

活动时间 2024年2月2日-2月29日

活动规则

- 访问滴滴出行App或小程序，地址栏搜索【原神】，进入活动主会场
- 参与活动领取任务，首次抽奖必得原石，更有机会抽取滴滴出行全年打车免单名额、原神道具礼包、原神官方周边等好礼
- 在活动主会场点击原神banner，即可领取原神·嘉明主题皮肤一套，领取后进入滴滴出行App-【我的】-【设置】-【个性皮肤】-【去设置】-【去兑换】即可实现一键换肤

“主会场页面参与城市及内容，请以实际页面及活动详情为准”
“滴滴出行打车免单名额，价值最高10000元打车费，内含30元多品类打车券”306张，具体优惠名额和使用规则详见活动详情页
“活动内的奖品数量有限，先到先得，领完即止”
“仅限滴滴出行App端可以完成个性换肤功能”

02 联动限定彩蛋车
开启盲盒惊喜联动彩蛋

活动时间 2024年2月2日-2月29日

活动规则

- 联动彩蛋车将于2月2日陆续上线上海市、苏州市、蚌埠市、芜湖市、宿州市、六安市、阜阳市、亳州市，请各位旅行者耐心等候
- 车内设有【珍贵的宝箱】，开启后能够解锁原神不同角色语音，并领取联动惊喜一张

“因城市管理规则不同，彩蛋车外观略有区别，以实际投放为准”
“彩蛋车均为快车，其余车型不参与本次活动”
“活动期间内滴滴出行司机师傅，联动惊喜数量有限，领完即止”

03 主题线下快闪
洛阳泉舜购物中心（南厅）

活动时间 2024年2月2日-2月4日

活动规则

- 线下快闪以原神璃月为场景，旅行者可以前往与嘉明家协、联动彩蛋车、凯瑟琳、嘉明立牌等打卡合影留念
- 现场将派发联动伴手礼，并话题#滴滴原神#并分享主会场至微博、B站、微信等平台，可以领取活动手账袋、联动贴纸、原神官方周边等礼品

“图片数量仅为示意，以线下快闪实际场景为准”
“更多活动内容请咨询现场工作人员，联动惊喜数量有限，领完即止”

04 联动红包封面
领红包封面，开个好彩头

活动时间 2024年2月2日、2月8日

活动规则

- 进入【滴滴】微信公众号，点击对应活动推文链接，根据指定步骤即可领取联动专属微信红包封面一份，两日各5万份，共计10万份，数量有限，先到先得

“联动专属微信红包封面领取有效期：自2月2日23:59:59起，请旅行者及时兑换”
“联动专属微信红包封面使用有效期：自兑换起3个月内有效，请旅行者及时使用”

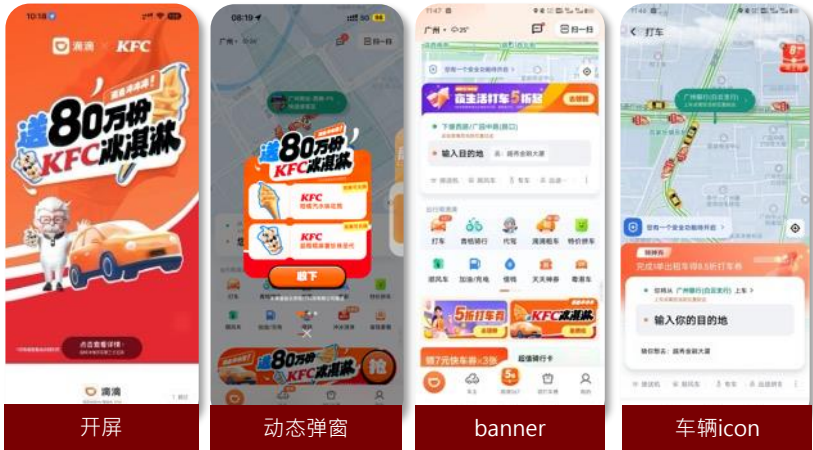


滴滴线上首页banner/车标icon/自定义皮肤/任务中心等多页面联合定制宣推

IP共建：「KFC·冲冲冲」 联名强势刺激打车冲雪糕

Background：肯德基联动滴滴发布「送80万份KFC冰淇淋」活动，通过全链路曝光资源，为肯德基免费冲冰淇淋活动宣传打call

主端王牌资源强感知



包断22分钟的车内Breaktime



微信私域运营



微博福利互动



抖音视频传播



小红书达人打卡



引流活动落地页

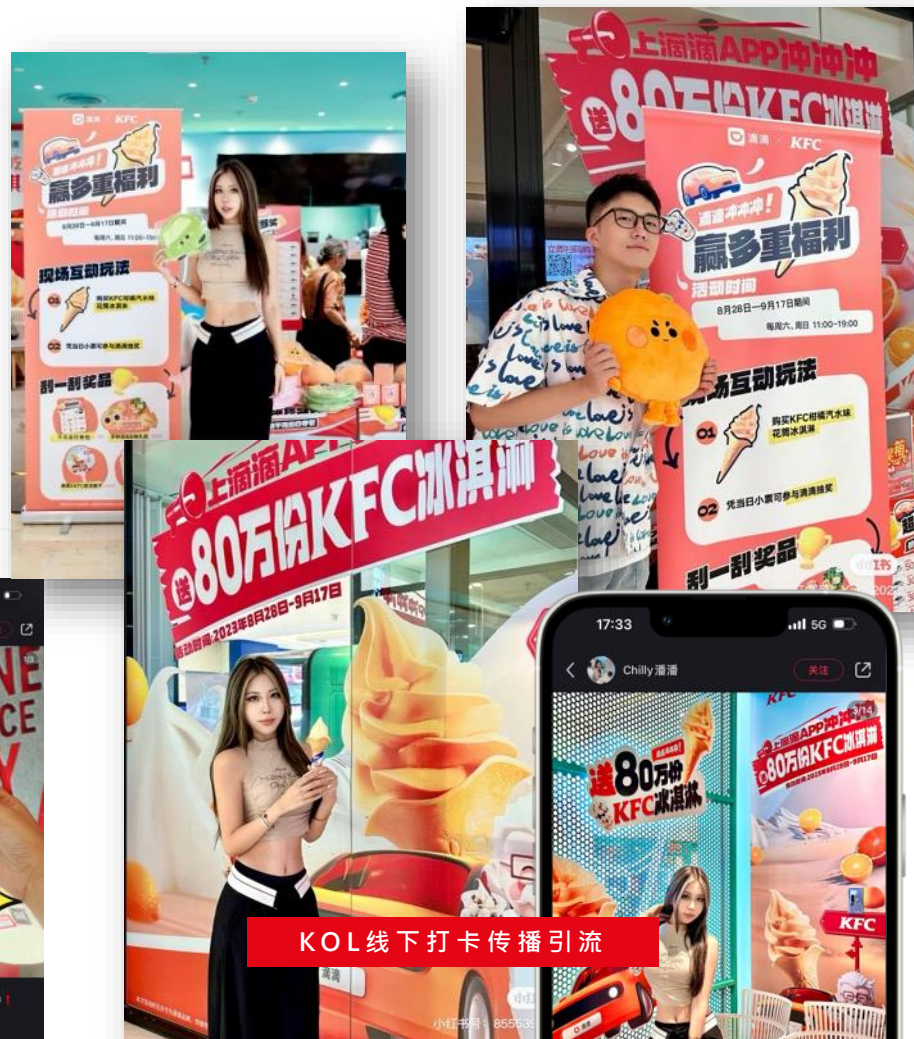
IP共建：「KFC·冲冲冲」 联名强势刺激打车冲雪糕

Background：肯德基联动滴滴发布「送80万份KFC冰淇淋」活动，通过全链路曝光资源，为肯德基免费冲冰淇淋活动宣传打call

站外4城户外广告投放



小红书KOL/KOC矩阵助力联合活动口碑发酵，影响更多受众（截图为部分展示）



KOL线下打卡传播引流

总曝光**10亿+**(含端内·SNS·PR·投放等综合资源)·App**1.7%**·车载屏**0.56%** CTR均超过均值·80w份冰淇淋全部派发·线下核销率超过**60%**

IP共建：累积滴滴打车次数，冲Tims联名咖啡&贴纸周边

Background：Tims以滴滴打车功能衍生互动玩法，以打车送咖啡的形式，成功为品牌小程序会员拉新并引流到线下门店
投放时间：2023.11.27-2023.12.10

APP端
- 捕捉出行第一眼感知



开屏

动态弹窗

轮播卡片+banner+导航

车辆icon

车载屏端
- 包断22分钟车内Breaktime



扫码到活动页面

车载屏信息流



橙意特调
活动联名产品&贴纸

参加活动即可兑换联名奖品

惊喜加成一

滴滴打车活动页点击留资
额外获得品牌50元咖啡礼包
(直接派发至品牌小程序)

惊喜加成二

乘客兑换奖品成功后
即可在品牌小程序账号获得
额外的美食兑换礼券

IP共建：累积滴滴打车次数，冲Tims联名咖啡&贴纸周边

Background：Tims以滴滴打车功能衍生互动玩法，以打车送咖啡的形式，成功为品牌小程序会员拉新并引流到线下门店

投放时间：2023.11.27-2023.12.10

社媒官号宣发



Tims小程序点单页面&微信账号传播曝光

双品牌微信区域福利社群曝光

双品牌小红书官号宣发

双品牌微博官号宣发

社媒话题内容共创



双平台媒介矩阵联合发声，配合联名礼品&特邀KOL投入，进行话题宣发，多端联动复利活动流量红利

IP共建：「567战区」助森林子&滴滴共建出行餐饮新场景

Background：森林子通过与滴滴打车共建出行餐饮的双福利场景，成功匹配高转流量，为门店&滴滴双平台拉新转化

投放时间：2023.12.11-2023.12.13



滴滴打车O2O链路精准触达茶饮受众派券引流品牌小程序

APP端
捕捉出行第一眼感知



开屏



行程中弹窗



星钻地图banner

车载屏端
包断22分钟车内Breaktime



星钻地图banner



品牌视频feeds流+品牌信息卡片



引流森林子门店并进行线下教育

品牌小程序
直跳领券点单



跳转小程序领券点餐

森林子门店
对消费者进行到店喝茶惠出行场景教育



易拉宝展示

茶饮出行场景教育

通过门店的易拉宝以及点餐屏的联名展示告知到店消费者扫码即可领取滴滴车券



点餐屏展示

森林子门店线下联名展示，宣传「到店喝茶惠出行」

PART 03

—— 有梗营销 ——

有梗营销：爆款游戏登陆滴滴，联合「元梦公主」出圈拉新

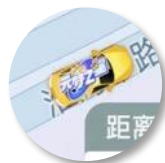
Background：元梦通过与滴滴打车共建游戏事件营销，大曝光官宣代言人花样素材，精准触达品牌ta并刺激下载转化

投放时间：2023.12.15-2024.1.1（囊括圣诞节-跨年）

开启app眼前一亮

坐车高浓度娱乐时间

下车时刻贴心提醒



趣味开屏+车标icon

抓取TA的第一眼注意力



代言人系列



游戏形象系列



圣诞节系列



蜡笔小新IP系列

车载屏开屏+车载屏信息流

匹配乘车场景素材争取TA好感



乘车场景匹配时下潮流网络语言-公主请上车

星钻地图触达

学生高浓度聚集场所



根据订单目的地进行推送

订单定向场所如下

高校/大学城

KTV/剧本杀

音乐节/游乐场

网红店/商场

下车强提醒

给予TA贴心的峰终体验



网络潮语糅合下车贴心提醒，提高品牌亲切感

邀请三大「元梦公主」
坐上元梦彩蛋车，开启惊喜之旅
达人拍摄「公主请上车」创意视频
糅合彩蛋车创意场景



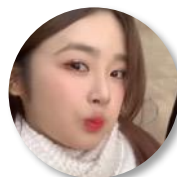
蔡萝莉

👁：314万粉



呆阿拿

👁：69万粉



温柔可爱

👁：50万粉

元梦公主的专属之旅，梦幻氛围感拉满！



司机口播

定制车身贴

定制车窗贴

车内游戏摆件

有梗营销：天猫「恋与深空」定制专车借势公主请上车热梗

Background：针对天猫与「恋与深空」的线下活动，制造更全面也更有梗的在路上体验，让活动氛围更浓郁

投放时间：2023.12.23-2023.12.24

「滴滴专车-出行体验play」

线下活动多重体验布局，制造更完整的体验链路

「专车-定制细节展示」

专车涉及：车身定制|车内双后排品牌定制空间|司机口播|车饰品摆件布置

活动
现场



乘车
仪式



有梗营销：「和平精英」双节联动打造滴滴首个游戏事件营销

Background：从线上到线下整合平台资源位游戏多维造势为8.20「PEL」线下总决赛预热蓄水



开屏



动态弹窗



地标+icon



活动落地页



彩蛋车装饰+车载屏内容联动



「空投节」8.12-20

针对游戏王牌节点
从线上开屏弹窗到车身品牌icon
到线下的车载屏+彩蛋车体验
360度为节点多维造势
为8.20「PEL」线下总决赛预热蓄水

总曝光 **1200万+**

CTR：App1.51%·车载屏0.34%
均超过均值

「PEL」8.20

沿用空投节的传播形式
为「PEL」线下总决赛
做最终引爆
同时结合星钻地图
线下场馆周边派发车券
吸引TA关注并前往观看

总曝光 **1100万+**

App1.51%·车载屏0.34%
CTR均超过均值



开屏



动态弹窗



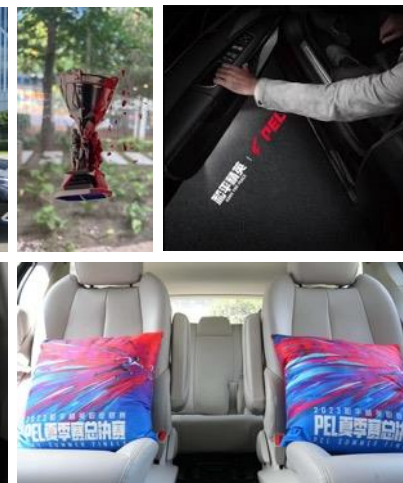
星钻地图



活动落地页



彩蛋车装饰+车载屏内容联动



PART 04

模式探索

到店取模式：肯德基×滴滴整合在路上的生意不断优化体验

Background：滴滴×肯德基整合双方优势，拓展白领出行场景下的点单需求让出行×就餐体验全面UP！



出行



点单



取餐

目的地POI画圆+100米范围内有KFC门店，则触发到店取卡片

“圈人更精准”



行程中
推送目的地门店套餐活动

“服务更聚焦”



行程后
抵达目的地门店领取套餐

“体验更美好”



活动订单数

峰值订单**500+**/天

点单峰值时段

早**8-10**点，晚**6**点

KFC福利套餐



行程中卡片+取餐码伴随



双微联合宣推



*活动还在上线中，数据还在持续更新



2024 滴滴 与您携手共度每一程

滴滴商业化团队