

筋斗云

参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

筋斗云是一款应用大数据手段实现汽车营销策略支持的工具。其基于新意互动 15 年来积累的汽车垂直领域丰富的经验将收集到的各种汽车相关数据进行整合分析，使用大数据及 AI 相关技术实现了针对汽车领域市场变化、品牌定位、产品体验、受众分析等方面的深度洞察及数据化结果反馈，用于解决汽车营销决策中遇到的各种实际问题，获得了良好效果。

开发周期：2016 年至今

核心目标：筋斗云的目标是实现汽车垂直领域营销的数字化驱动，帮助品牌主更全面、科学、迅速的洞察市场、品牌、产品、受众，以做出及时正确的营销决策。

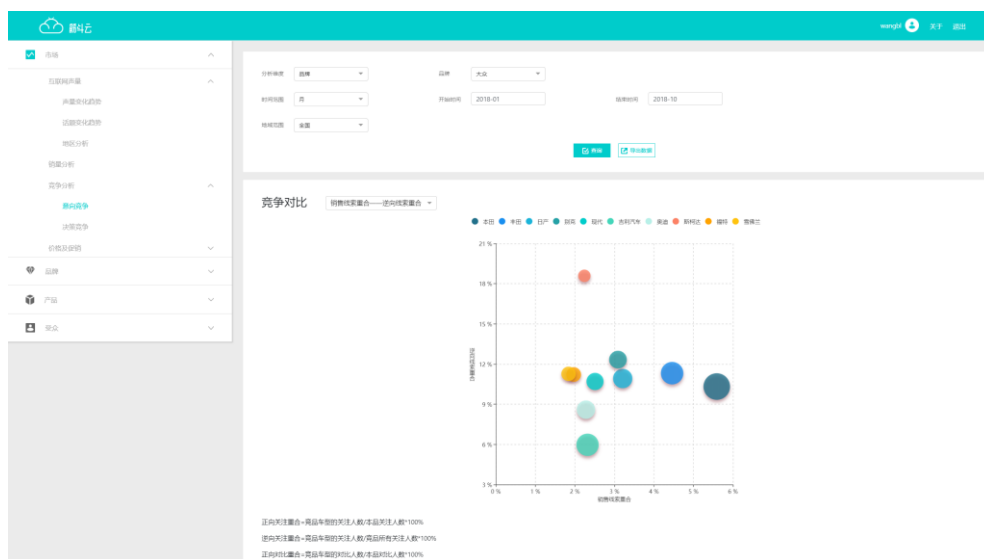
使用群体：汽车行业营销决策、品牌市场等领域相关人员

使用说明

筋斗云目前总计分为市场、品牌、产品、受众四大板块，并提供价格、动力、品牌、时间、地域等多重分析维度的自由选择，以助力用户获取其所需相关数据。

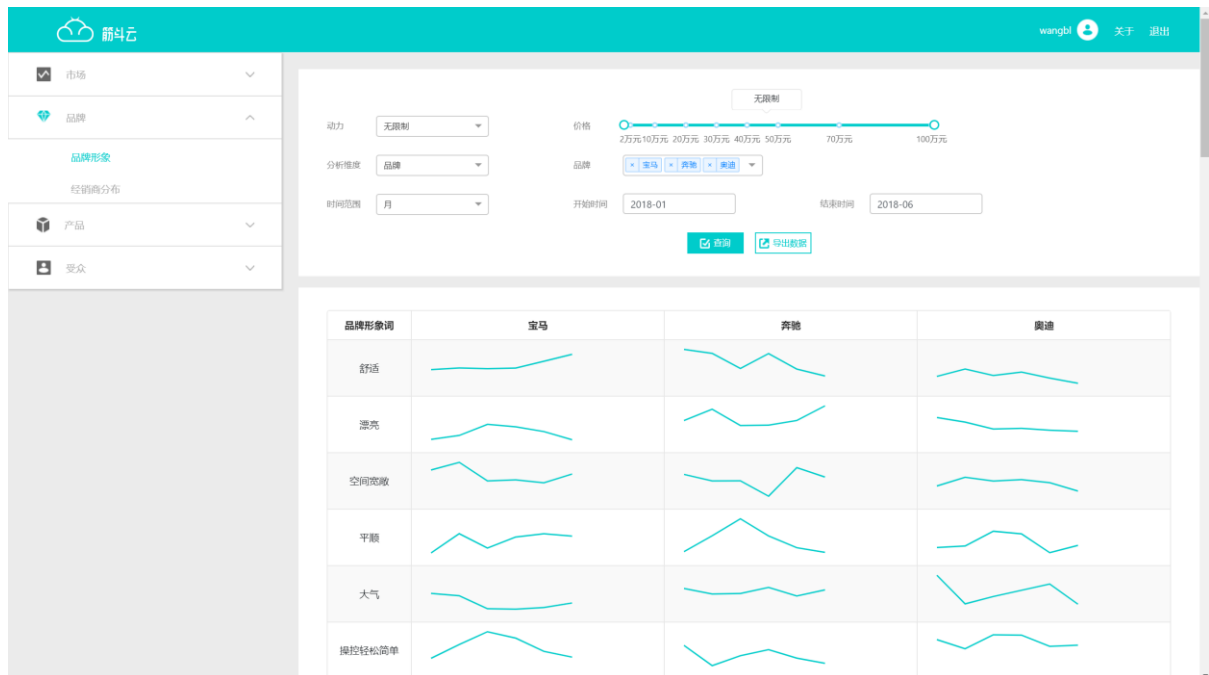
1、市场变化、精准掌握：

通过针对线上声量、话题分布、销量、竞争态势等方面进行多维度分析，洞察汽车领域市场变化。



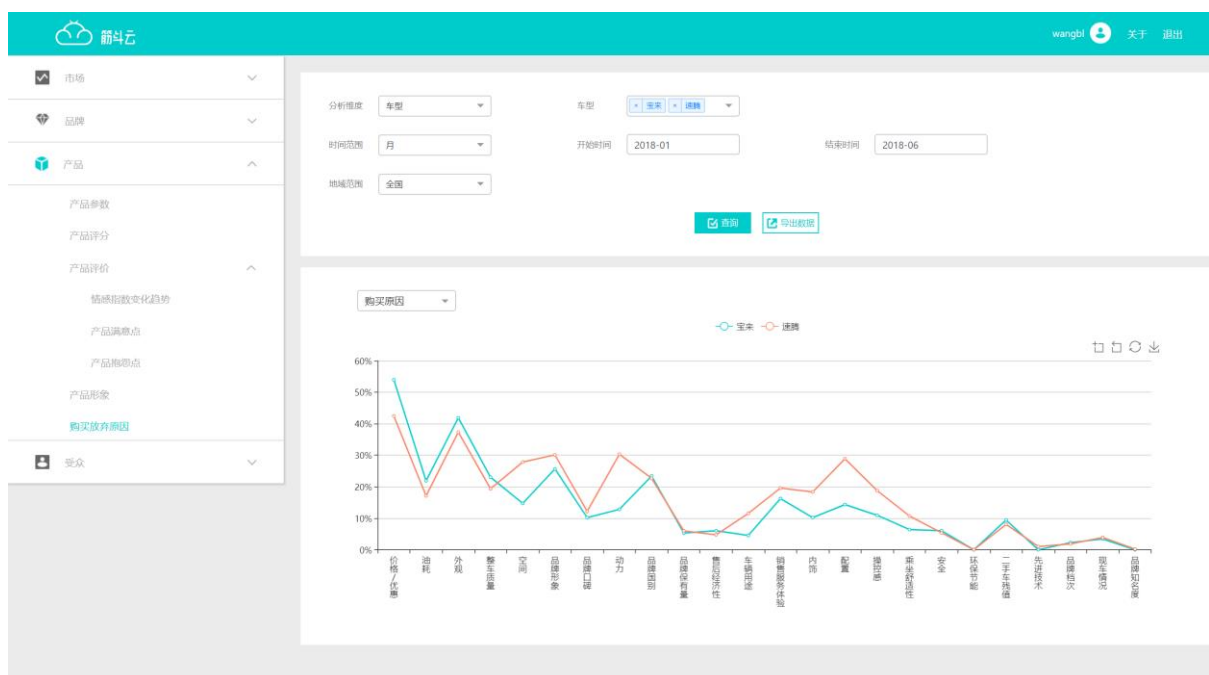
2、品牌形象、数据描述

基于自行研发的品牌形象算法，将品牌在被认知的形象以数据进行展现，让品牌力不在空洞。



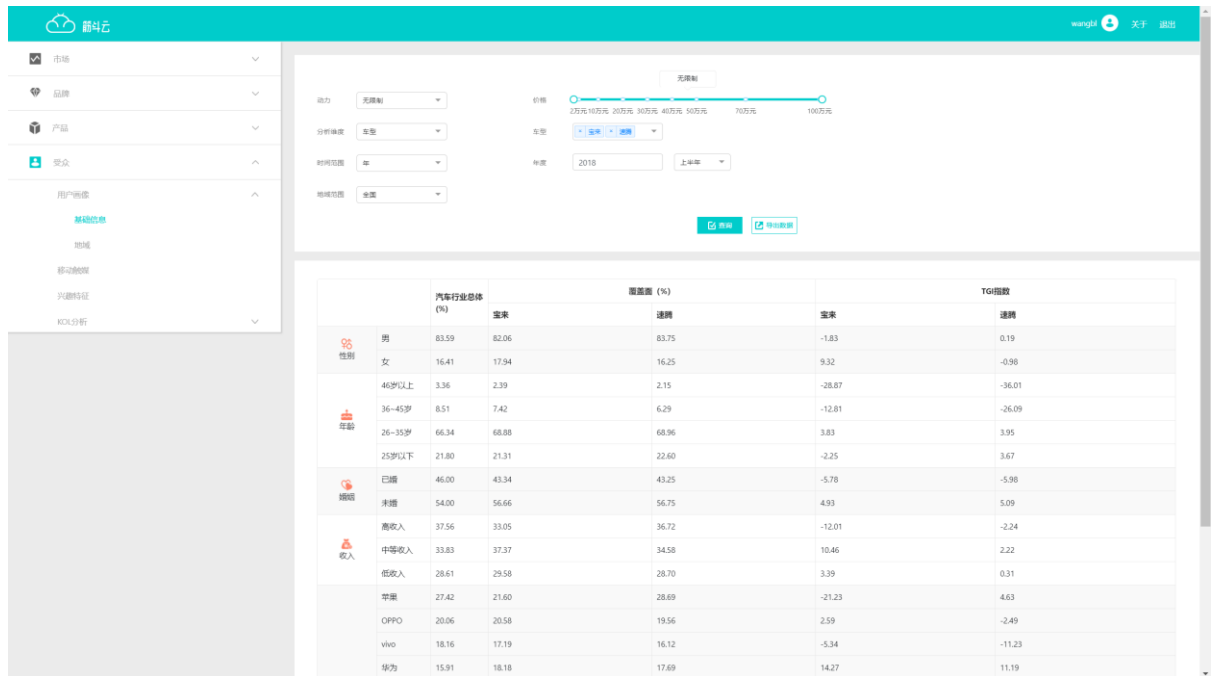
3、产品评价、直观呈现

依赖于 NLP 技术，成功有效的将线上用户讨论内容进行分析。获得产品评价、车型形象、车型购买放弃原因等结果，为车型的优化及相关推广决策提供支持。



4、分析、深度洞察

筋斗云使将多方数据进行标准化处理，得到了用户相关画像，其不光包含用户基础信息，更加包含了目标车型用户的触媒数据及兴趣特征。同时还提供了相关线上 KOL 用户的精准定位，以便于营销运营。



应用范围

目前筋斗云包含在售、预售、停售的 3000+车型近 4 年相关线上数据，通过对这些数据的整理分析，我们提供出了符合 4P、brand、customer 等相关营销理论的筋斗云产品，让大数据成为营销决策的助力。其主要应用于汽车品牌及代理公司的数字营销部门、品牌市场部门及销售部门。

应用实例

案例一：大众迈腾互联网潜在客户洞察

借助筋斗云营销策略工具，全景洞察迈腾潜在客户画像、偏好以及购车决策。



案例二：长安马自达核心数字营销洞察，洞察竞争关系、受众特征、关注趋势、口碑及相关转化。

