

长安新能源汽车大数据精准营销案例

广告主: 长安新能源汽车

所属行业: 汽车行业

执行时间: 2018.10.29-11.14

参选类别: 程序化购买类

营销背景

1、利好政策

北京交通委消息,自2018年1月1日至2020年12月31日,对购置的新能源汽车免征车辆购置税。

2、品牌主新款车型上市

长安新能源汽车上新,8月-10月新上市几款车型:逸动EV460、CS15EV360、奔奔EV360等等,品牌主希望增加新车销量。

3、目标人群分散

客户的生活轨迹,被互联网分为线上和线下两个大范畴,同时在线上和线上场景中又有许多细分场景。

4、项目效果考核

以提升销量为目标,品牌主在汽车数字营销中投入更多预算,不只是为了曝光、点击,更以提升销量作为最终目标。

5、投放概况

投放时间:2018年10月29日-11月14日

投放地区:北京

投放受众:注重性价比新升级为中产阶层的消费群体

营销目标

迅速提升新车知名度;高效采集销售线索。

策略与创意

策略: 运用 ADHUB 大数据技术, 挖掘目标人群 TA 特征, 通过多重定向手段, 快速找到目标用户, 并在合适的场景下, 选择合适的媒介, 向用户传递合适的内容, 实现与用户的高效沟通, 大幅节约用户沟通成本, 实现营销效率和效果的双提升。

创意: 本案例采用百度地图数据+LBS 定向的方式, 拦截线下人群, 并配合使用 ADHUB 大数据算法, 挖掘线下人群线上全触点, 通过投放线上广告, 将客户引流到店内进行面对面营销。



执行过程/媒体表现

人群策略-确定目标人群

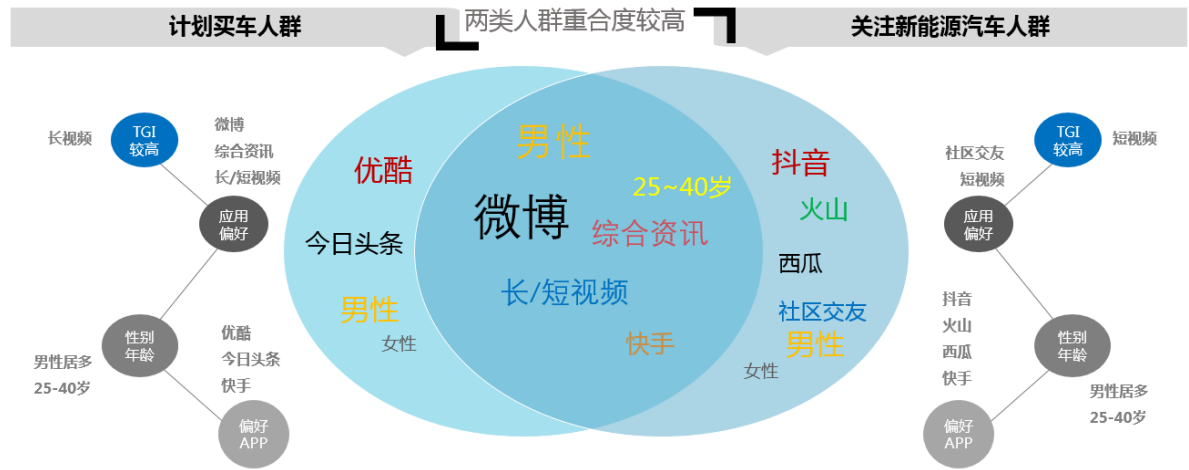
1、分析 TA 人群

TA 特征: 年龄: 25-40 岁; 地域: 北京; 兴趣偏好: 新闻资讯、视频娱乐、生活购物.....近期行为: 查看汽车资讯、搜索过新能源汽车.....消费习惯: 追求性价比。

2、确定 TA 人群

计划买车人群

以 ADHUB-DMP 自有用户标签“计划买车”为准, 具体表现为用户与买车(含二手车)密切相关的 APP 使用行为, 比如查看其汽车资讯、对汽车报价等, 典型代表有汽车之家、瓜子二手车、优信二手车、易车网等。



关注新能源汽车人群

关注新能源汽车相关内容的 APP 用户，具体表现为近期有过“新能源汽车”搜索行为，有过相关 APP 下载使用行为，典型代表有第一电动、新能源汽车网等。

媒体策略-圈定媒体

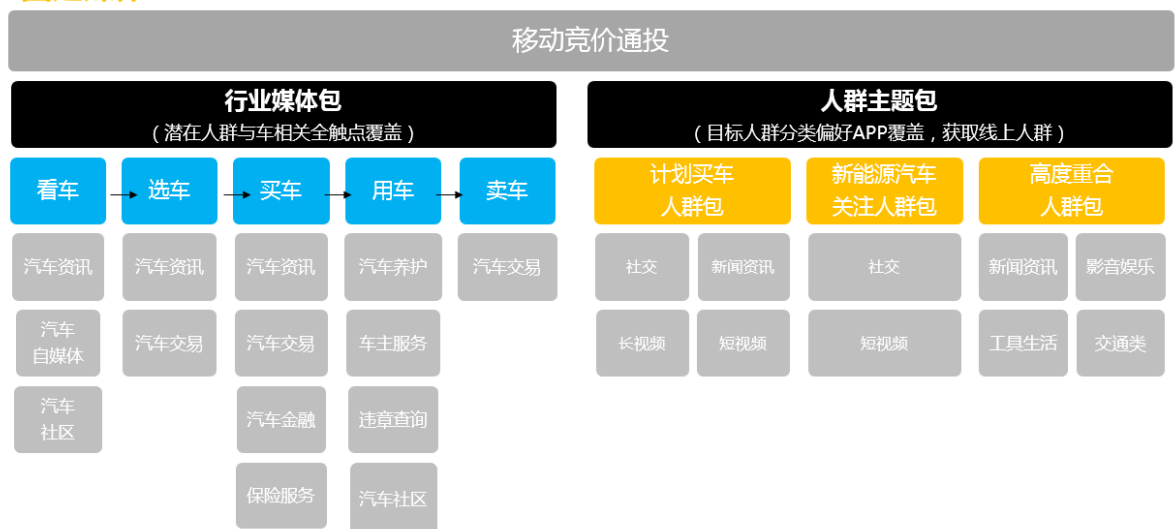
1、筛选媒体

新闻资讯类、交通类、工具生活类、影音娱乐、新闻资讯类、社交媒体类等。

ADHUB大数据：汽车服务全触点数据挖掘



圈定媒体



2、确定展示素材

广告形式采取：开屏、Banner、插屏、信息流。



3、媒体测试与扩展

少量投放、扩大范围。

4、调整与爆发

优化定向条件：人群、媒体；创意素材优化：多种素材展示。



投放过程

第一阶段：2018.10.29-2018.11.2

吸引客户注意力，突出长安新能源新车特点，展示三款重点车型，利用大数据算法匹配对应人群需求特征。

第二阶段：2018.11.3-2018.11.9

通过激发客户互动的欲望，向客户突出展示新车优惠福利，针对新能源汽车客户的不同购买意向，进行算法匹配，并配合优惠文案进行驱动客户。

第三阶段：2018.11.10-2018.11.14

将线上客户转化到线下车店，突出到店试驾活动。针对不同用户的意向车型，利用大数据算法匹配对应车型试驾邀请素材。

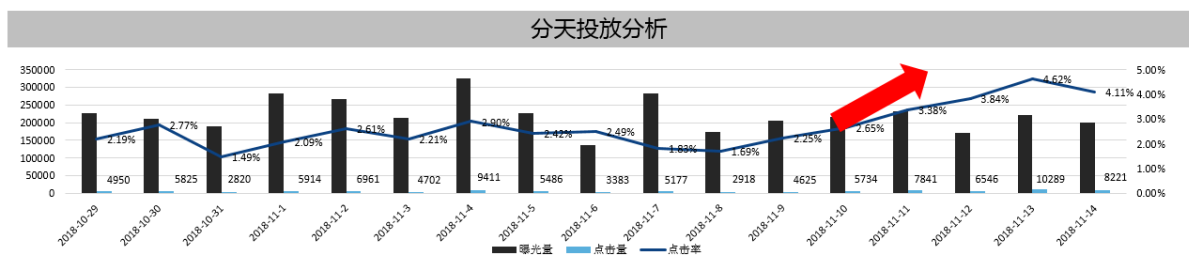
营销效果与市场反馈

总体营销效果

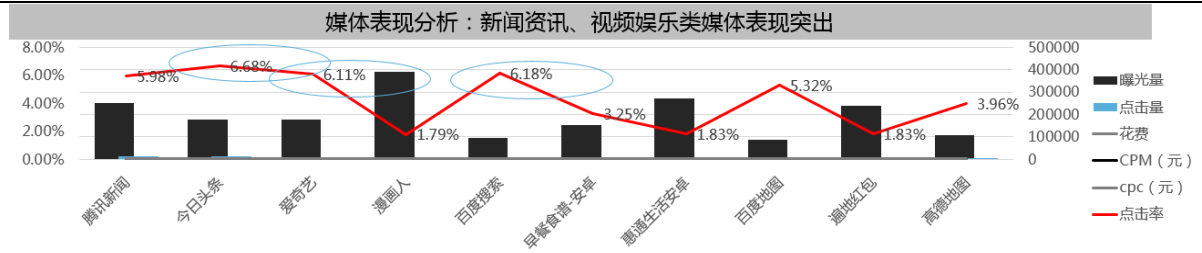
投放总展示量	3,777,930
投放总点击量	100,803
CTR	2.67%
留资数量	389
转化率	0.39%
总花费：	49999.71 元
CPM：	13.23 元
CPC	0.50 元
到店试驾	100 人次+

点击率统计

原生开屏点击率	4.46%
原生 banner 点击率	1.19%
插屏点击率	2.68%
信息流点击率	1.88%



前期点击率波动主要是由于进行投放优化；后期点击率持续上升，主要针对人群和媒体优化了投放成本与投放效果之间的最优关系，使得广告点击率持续上升。



曝光 TOP10 媒体：漫画人、惠通生活、腾讯新闻、遍地红包、ofo 小黄车、咪咕视频、爱奇艺、今日头条、早餐食谱、驾考宝典。

点击 TOP10 媒体：腾讯新闻、今日头条、爱奇艺、漫画人、百度搜索、早餐食谱、惠通生活、百度地图、遍地红包、高德地图。

CTR TOP10 媒体：社保掌上通、家核优居、今日头条、画吧、百度搜索、爱奇艺、腾讯新闻、熊猫赚、车主无忧、腾讯视频。

市场反馈

广告主：之前，也投放过这样的广告，但是效果一般，最后还是依靠销售主动开拓客户，现在营销效率大大提升，很满意。

受众反馈：正好想要买新能源车，想试驾体验一下，就看到了这个活动，赶紧报名了。