

智能程序化投放，助力汽车之家突破获客瓶颈

广告主：汽车之家

所属行业：汽车

执行时间：2018.03.01-10.31

参选类别：智能营销类

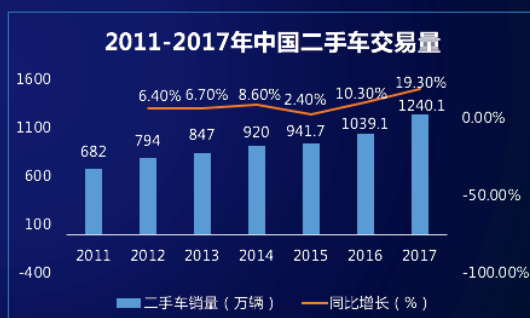
营销背景

近年来，随着移动互联网的快速发展，普通用户在看车、买车、用车过程中，拥有了越来越多的选择，搜索不再成为唯一的信息获取渠道，大量平台型客户在经历十余年的搜索投放之后，普遍面临增量瓶颈。

案例背景——行业竞争加剧，汽车之家面临增长挑战

- 汽车行业作为万亿级市场，诸多资本入局，行业竞争加剧，汽车之家在用户渗透率上仍占据优势，但市场份额被瓜分严重，尤其一批针对年轻用户产品增长明显；
- 近年来二手车市场的迅猛发展，也同样对汽车之家持续获客形成较大压力；

排名	应用名	周活跃渗透率	周人均打开次数
1	汽车之家	0.6499%	112.1
2	懂车帝	0.3141%	116.5
3	汽车报价大全	0.1937%	44.7
4	易车	0.0757%	35.8
5	车快报	0.0738%	225.5
6	汽车大全	0.0336%	27.4
7	汽车报价	0.0287%	50.2



数据来源：猎豹大数据、中国汽车流通协会披露数据

汽车之家作为汽车资讯行业领头羊，积累了大量高粘性优质用户；但随着诸多资本入局汽车行业，各种新兴汽车资讯平台、二手车电商、品牌厂商自建平台如雨后春笋般涌现，市场同类客户竞争加剧，作为目前全球访问量最大的汽车网站，汽车之家急需拓量来稳固竞争优势，百度渠道作为其最大的外采来源，如何快速提升获客规模、占据竞争优势成为重中之重。

客户背景——汽车之家急需拓量稳固竞争优势

由于汽车行业竞争程度逐年提升，汽车之家作为目前全球访问量最大的汽车网站，急需大量获取买车线索量，稳固竞争优势。而百度作为汽车之家最大的获量来源，客户希望在百度渠道大幅度提量。



汽车之家自身用户基数较大
市场同类客户竞争加剧

汽车之家获取APP新用户成本
逐年增加

自身用户无法满足线索量需求
通过渠道流量采买已经成为汽车之家重要得线索量获取方式

然而汽车之家庞大的车型体系、传统的搜索和信息流投放方式，对于快速获量有极大挑战。

具体挑战：

- 1、搜索获客瓶颈：汽车之家已长期投放搜索广告，关键词覆盖全面，规模已然非常庞大，加上白热化的竞争环境，如何实现倍数提量。
- 2、投放效率问题：获客规模的倍数提升，对应的是广告投放物料的多倍制作、上线、监控，触达目标用户需要庞大精细的广告物料，如何解决数以万计车型的物料问题。
- 3、创意形式单一：汽车之家投放车型众多，无法做到对海量车型针对性的素材制作，广告素材难以跟上投放需求，如何在素材上脱颖而出、赢得更多用户量。

营销目标

通过突破百度搜索获客瓶颈、解决投放效率及创意形式问题，快速提升获客规模、占据竞争优势。

营销目标与挑战

作为汽车之家最大的外采来源，
客户希望百度能够快速提升获客规模，占据竞争优势



搜索获客瓶颈

汽车之家已长期投放搜索广告，关键词量高达60w+，规模已然非常庞大，整体搜索呈下降趋势，加上白热化的竞争环境，如何实现倍数提量？



投放效率问题

获客规模的倍数提升，对应的是广告投放物料的多倍制作、上线、监控；触达目标用户需要庞大精细的广告物料，如何解决数以万计车型的物料问题？



创意形式单一

汽车之家投放车型众多，无法做到对海量车型针对性的素材制作，商品库素材过于简单，如何在素材竞争上脱颖而出、赢得更多用户量呢？

策略与创意

策略：综合汽车之家庞大的车型商品库优势，利用百度海量的用户覆盖能力、成熟的搜索+推荐双引擎驱动能力，以丰富多样的智能创意精准触达目标用户，制定出搜索 DSA+信息流 DPA 合力突破获量的策略。

备注：

动态搜索广告 (Dynamic Search Ads)，简称DSA；

动态商品广告 (Dynamic Product Ads)，简称DPA。



创意亮点：

- 1、从用户整体需求角度入手，三四线城市用户、年轻的用户群体，这两者是目前庞大的潜在用户群，但之前覆盖较少，在投放中针对性地进行目标用户调整；
- 2、在选择投放车型方面，利用 Omni 全意识营销平台车辆检索数据+之家热销车型数据库+第三方平台销量数据结合分析投放车型，在客户允许的范围内最大程度获量；
- 3、结合汽车之家（全行业最全面的车型数据库、高用户粘度）以及百度（搜索 DSA+信息流 DPA 深度对接）的优势，进行 8000+车型的商品库对接，并利用商品库的特殊功能—意图词模板、程序化广告样式搭配汽车之家的 LBS 智能落地页进行高效投放；

执行过程/媒体表现

营销执行：

1. 结构化商品库助力快速搭建账户结构：

结构化商品库助力快速搭建账户结构：针对汽车之家闪投商品文件进行精细化字段分类，将汽车之家 8000+车型数据批量导入闪投商品库系统；并根据售价、类型、品牌等进行分类，调用汽车之家商品库内车型、价格、参数、图片等字段，进行千人千面的智能投放；

营销执行——商品库深度对接为拓量准备基础



2. 搜索 DSA 对接商品库，提升投放效果：

搜索账户在关键词方面用搜索 DSA 商品库替代海量关键词，缩小账户结构，提升投放效率；在创意层级利用丰富的闪投创意表现形式吸引用户点击，解决创意不够吸睛的问题；在着陆页方面利用 LBS 定位技术，实现人群、创意和着陆页的高度统一，提升转化率；



3. 闪投商品库覆盖海量关键词，缩小账户结构，提升投放效率：

关键词物料方面，共 200+ 个品牌，1000+ 车系，几十万关键词物料，账户结构复杂，账户多，极其浪费人工成本，同时部分长尾关键词不能全覆盖，导致流量丢失；通过搜索 DSA 方式进行投放，对接商品库，用户通过搜索词实现商品触发，省去了关键词维度，减小账户数量，优化账户结构，大大提高了工作效率，同时覆盖长尾流量，提升曝光量；

营销执行——闪投商品库覆盖海量关键词，提升投放效率

传统拓词方式

商品组方式

捷达

奥迪

- 汽车之家共1000+车系，几十万关键词物料，账户结构复杂，部分长尾流量还不能全覆盖
- 通过闪投DSA，直接建立商品组，一个车系一个商品组，省去了繁杂的关键词物料，提高了效率，同时能覆盖长尾流量

4. 智能创意拼接，提升整体点击率：

凤巢账户以单元维度区分人群，不同人群撰写不同创意，由于商品多，都是通用创意，不能做到千人千面；搜索 DSA 通过创意模板进行创意撰写，一个车系对应一个模板、十个创意，批量生成，极大地提高了工作效率，通过创意拼接实现千人千面，整体点击率提高 62%；

营销执行——智能创意拼接，提升整体点击率

普通创意

车系：欧尚

核心词：欧尚

价格词：欧尚市场价

疑问词：欧尚多少钱

智能创意

创意字段	模板
创意标题	\$(subCategory)报 价-降价，尽在汽 车之家
标题链接	\${loc}
商品图片	\$(image)
行业选择	车辆物流
品牌	\$(brand)
价格	\$(MSRP)万元
介绍	\$(subCategory){ structure};发动机
商品名称	\$(thirdCategory) \$(name)

创意展示

- 传统凤巢以词类维度进行创意撰写，闪投DSA通过创意模板统一撰写，以不同样式进行展现；丰富了创意样式，点击率整体提高了62%，同时提高了效率

5. 基于 LBS 定位，实现落地页精准化投放：

汽车之家着陆页利用的是表单收集页，落地页下面经销商 4S 店位置是动态的，基于 LBS 位置，实时定位用户位置，推荐距离最近的 4S 店，提高到店率；

营销执行——基于LBS定位，实现落地页精准化投放

- 利用LBS技术基于用户实时位置，进行着陆页智能匹配
- 实现人群、位置、4S店智能结合，提高整体转化率和用户到店率



6. 信息流 DPA 精细化运营，提升投放效果：

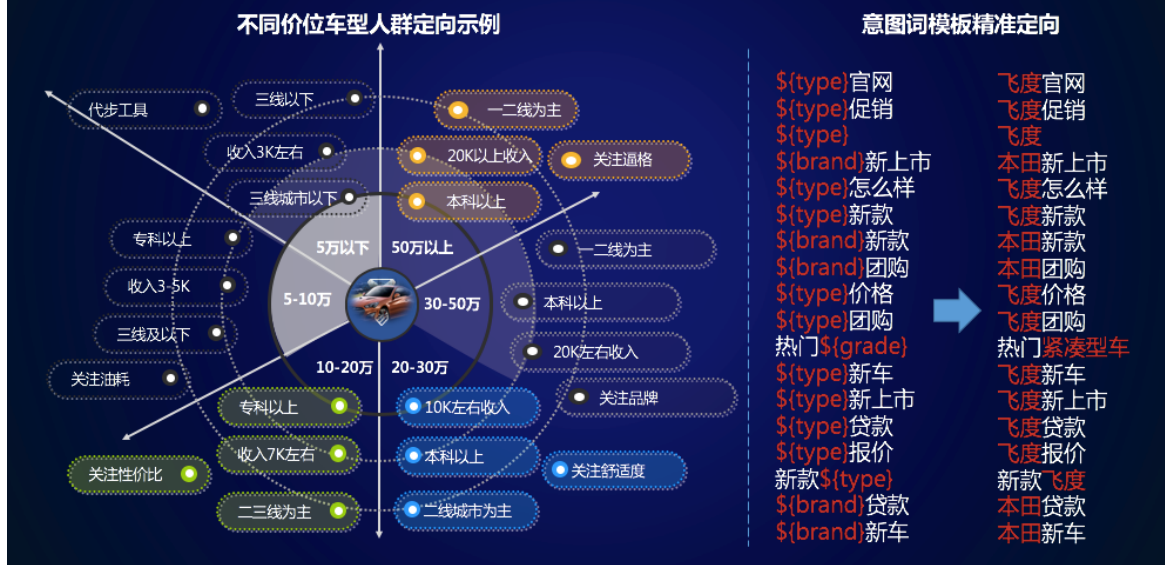
首先是定向升级，通过分析，对目标用户进行基础分类，并结合意图词模板进行精准目标触达；其次通过系统替代人工，闪投批量工具的高效使用，使得海量账户结构瞬间完成，人力成本大大降低；最后是创意样式的升级，结合慧图以及对素材的效果把控能力，输出相应素材模板，大幅提升点击率；



7. 根据不同价位进行人群基础定向选择：

定向的升级主要是通过对各价位车型进行细致分类，对每类用户进行分析，从地域、年龄、文化层级等方向作为基础人群定向的依据，通过对各车型意图词进行分析，准备意图词模板，精准定向每一个目标用户；

营销执行——根据不同价位进行人群基础定向选择



8. 智能系统替代人工，海量车型瞬时上线：

商品库的批量制作工具，可以直接调用商品库高质量素材，通过意图词模板进行精准定向的方式，把200个品牌、4000多个车系、近8000套素材的账户结构一次性批量上传，整体工作量在1个小时全部完成，工作效率上千倍提升；

营销执行——智能系统替代人工，海量车型瞬时上线



9. 闪投搭配智能创意，保证创意多样性：

利用商品商品库直接调用客户素材也会有一个问题，由于直接调用客户网站的高清素材，素材形式比较单一，无任何修饰元素；在这种情况下，我们采用慧图功能，并根据我们对素材的把控能力和投放经验，制作素材模板，在创意中突出产品信息，点击率有明显的提升；

营销执行——闪投搭配智能创意,保证创意多样性



备注:

慧图: 针对闪投的一种特有展现样式的模板工具

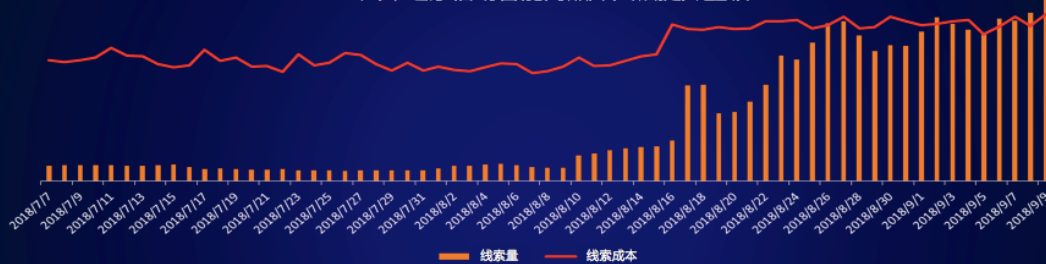
营销效果与市场反馈

营销效果:

1. 通过搜索+推荐双引擎合力投放, 结合百度成熟的智能投放能力, 在成本满足预期的前提下, 线索量提升了10倍; 整体CTR提高了60%; 客户在百度上的预算提升了8倍;

营销效果——汽车之家线索量实现10倍提升

汽车之家借助智能商品库大幅提升量级



- 汽车之家通过智能商品库投放, 加大了投放力度, 在成本仅上升20%的情况下, 线索量提升了**10倍**, 超额完成了客户要求的KPI, 并提前完成框架
- 通过闪投智能投放, 样式更丰富, 整体CTR提升了**60%**, 提升账户竞争力

10倍

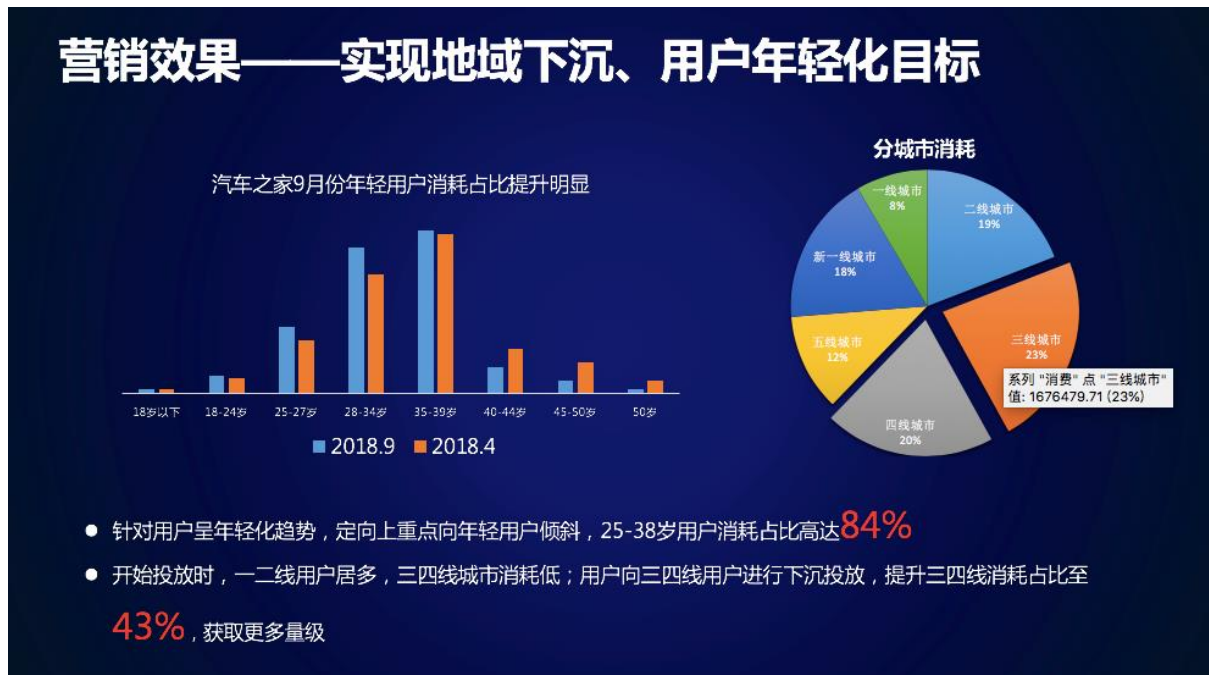
线索量

60%

CTR

2. 用户下沉投放针对特定人群(年轻化&三四线人群)实现增量效果, 其中25-38岁用户消耗占比

高达 84%；三四线用户消耗占比也达到了 43%（此部分用户为本次投放重点增量人群）；



市场反馈:

- 1、对媒体而言，汽车之家本次投放使用闪投商品库，针对不同车型精准营销的方式，在保持成本稳定的基础上，实现了消费的大幅提升；此方式可在同行业复制执行，提升行业消费；
- 2、对客户而言，能够通过闪投商品库的使用，降低投放成本，扩大竞争优势，此方式可在其他媒体同样应用，提升全渠道投放效果；
- 3、对于代理商而言，此案例也是一次卓有意义的尝试，为更好地服务大型平台类客户积累了宝贵经验。