

A dark, semi-transparent background image showing a business meeting. Several people in suits are gathered around a table, looking at documents and a laptop. One person is using a pen to point at a document, while another is writing in a spiral notebook. The overall atmosphere is professional and collaborative.

推荐，无处不在

瓜子二手车&百度信息流投放探索



Contents



项目背景



解决方案



执行运营



效果验证



未来规划



项目背景

项目背景

主流二手车平台市场分析

主流二手车市场划分为C2C，B2C，信息平台，主流平台商家用户重叠度高

主流二手车平台及交易模式

C2C	瓜子、人人车、好车无忧
B2C	优信二手车、阳光车网、车猫
	各厂商品牌二手车
信息平台	二手车之家、易车二手车、小猪二手车、58同城、赶集

三大平台用户app使用重合度高

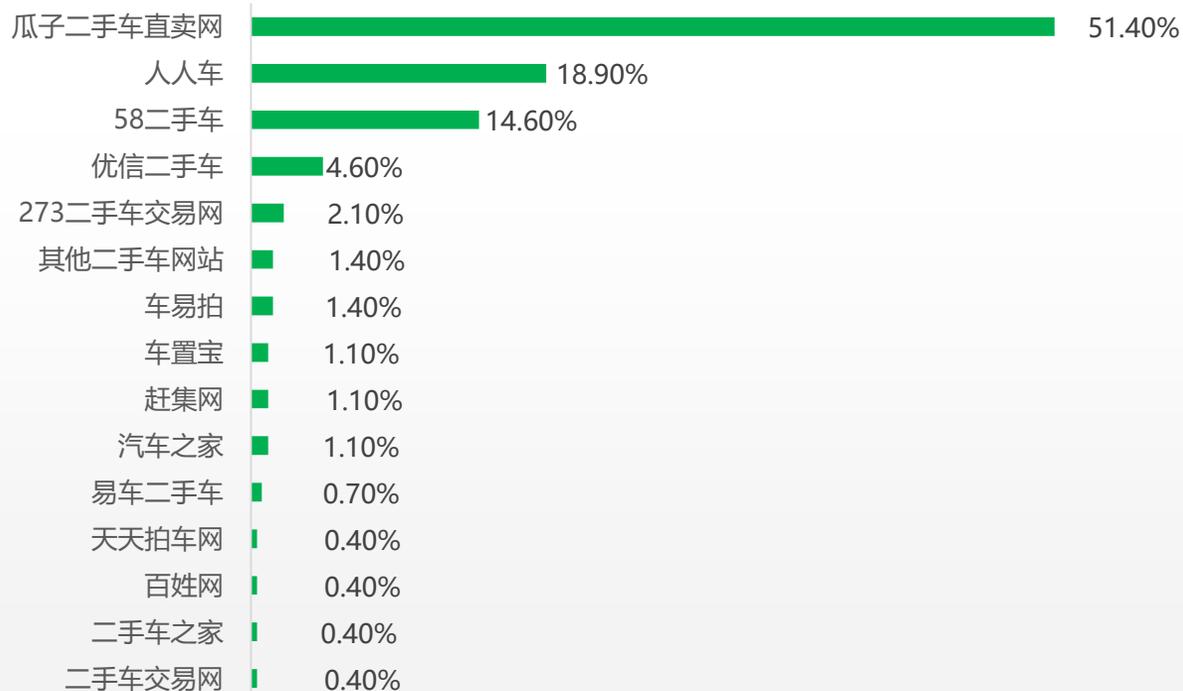


项目背景

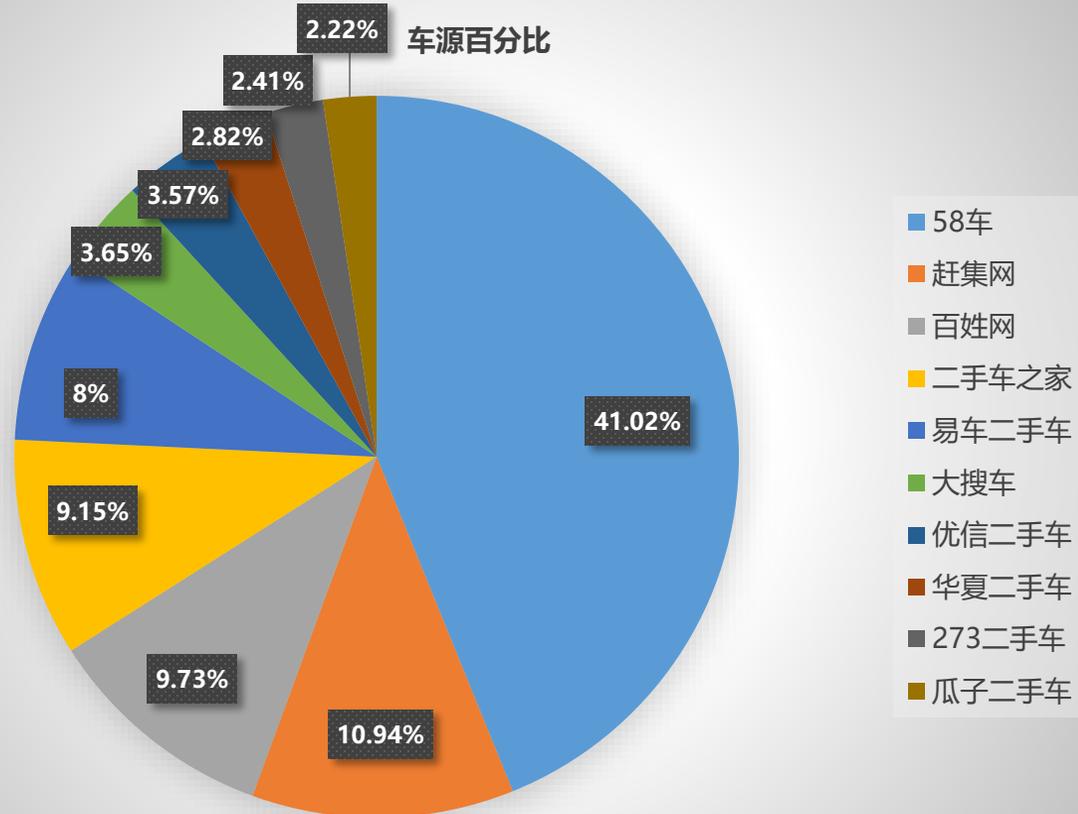
主流二手车平台市场分析

瓜子二手车市场成交量居首位，但车源保有量低，交易生态不平衡

二手车网站交易量占比



车源百分比



项目背景

品牌战略分析

抢占大众市场，做好品牌构建，瓜子二手车自诞生之日就不遗余力

指数趋势 ? 瓜子二手车 2015-01-04 至 2016-10-17 全国

整体趋势

PC趋势

移动趋势

最近

7天

30天

90天

半年

全部

瓜子二手车

搜索指数

step3

step1

step2

平均值

84,000
72,000
60,000
48,000
36,000
24,000
12,000

© index.baidu.com

1~3月

4~6月

7~9月

10~12月

2016年1~3月

4~6月

7~9月

媒体指数

54

27

2011

2012

2013

2014

2015

2016

项目背景

瓜子二手车的诉求

广告主诉求：

- 1、如何**提高**市场**交易份额**，保持行业地位？
- 2、如何**平衡交易生态**，倾向性获取车源信息？
- 3、如何**强化差异化的品牌**形象？



解决方案

解决方案

传播策略

1

高质量流量获取与品牌传播

2

差异化营销：
卖家与买家不同的传播策略



解决方案

模型建立-数据结合



用户行为
200亿条线索

“二手车购车指南”
“异地购车方案”
“二手车按揭”

搜过
什么

浏览人人车
浏览汽车之家网站

看过
什么

常驻地：上海陆家嘴
到访地：别克4S世纪公园店

去过
哪里

浦东国际车展门票

买过
什么

数据打通
互相结合

瓜子

交易数据
50万交易标签

用户属性 男 35岁 硕士
高消费人群

用户交易 买别克君越- 23.5w成交

用户地位 北京海淀区中关村

用户关注 里程，保修，精英技术型

解决方案

模型建立-精准人群



买家-准车主

卖家-换车人群



行业基准值



26-35岁，35岁以上人群比例较高，
 男性64.1%，已婚人士占比90.1%
 集中在东部沿海，华北，中西部地区
 偏爱社交、金融、地图导航的应用，
 喜欢浏览餐饮，家居，军事，理财网站
 交易中5-10w消费比例高
 更关心产品价格，安全性

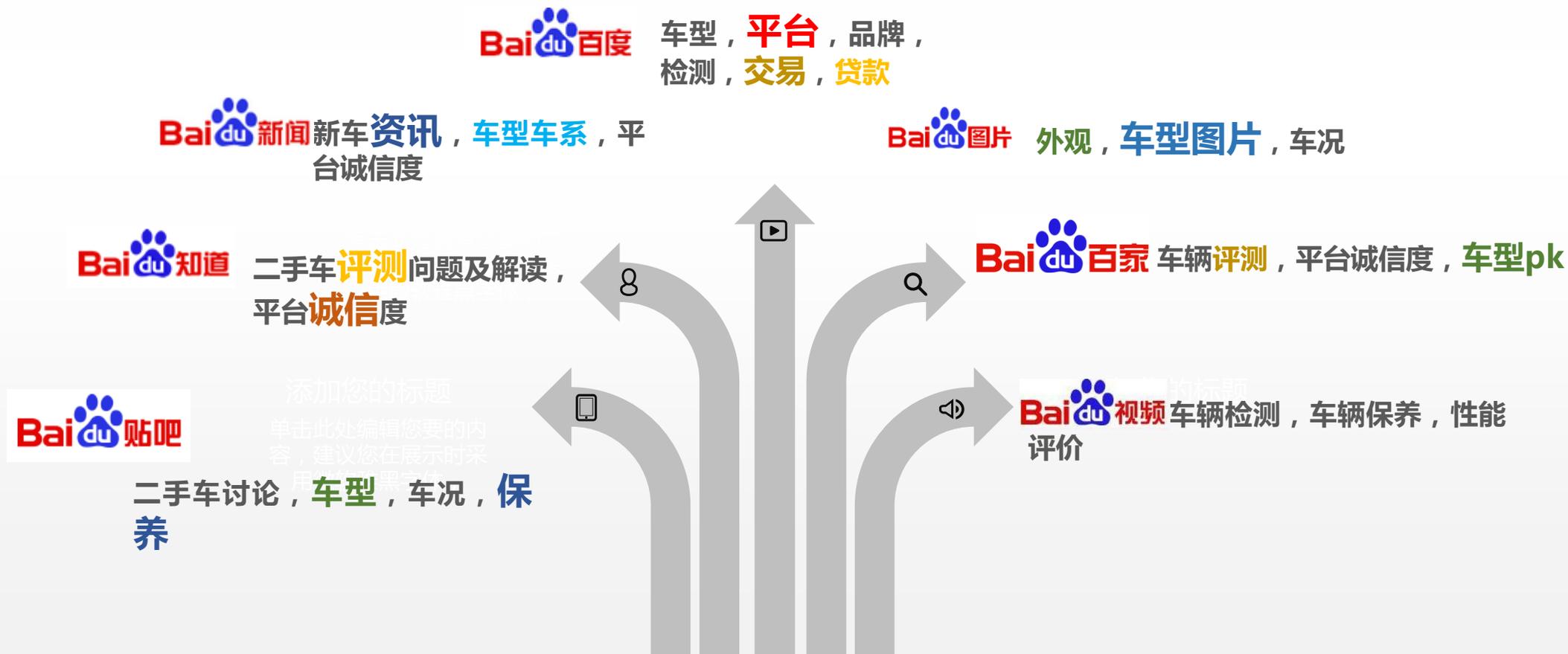
26-35岁，属于理性，成熟型，
 男性占比77%，95%已婚
 东部沿海，中西部地域换车意愿高
 偏爱商旅出行，汽车服务
 喜欢浏览休闲娱乐，金融，汽车服务网站
 交易中30-40w消费比例高
 更关注车型，品牌，舒适度

差异点：更关注汽车资讯，违章车险，汽车服务的信息和APP

解决方案

媒体端目标用户行为追踪-验证

根据百度大数据显示分散在百度的不同频道内，但用户的浏览或者搜索目的不同。目标用户更期望找寻二手车的相关问题的解决方案



解决方案

投放形式选择



终端的变化

90%的网民通过手机上网



需求的变化

获取内容”是移动网民的主要需求



场景的变化

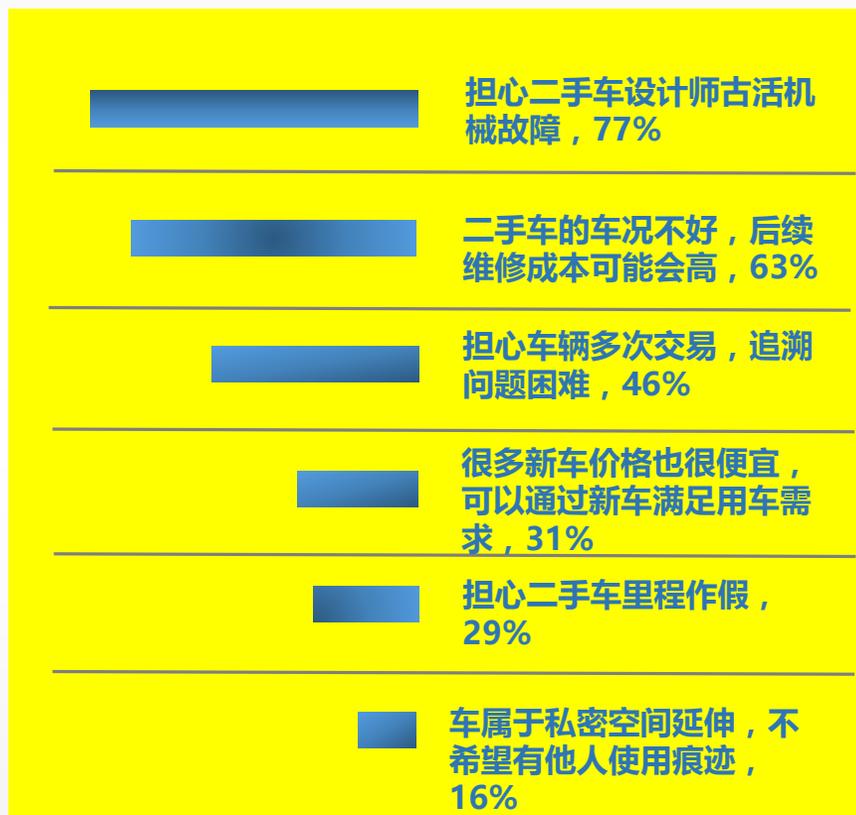
碎片化时间的有效利用



**内容解决
用户需求**

解决方案

内容先行，培养用户消费习惯



瓜子二手车根据用户关系的话题和内容，做出内容整合方案，主要包含：瓜子挺懂车、看车胡同、好车推荐三档栏目，包含了图文游记与视频评测两种类型



执行运营

执行运营

产品选择策略

• 信息流广告 定义新型营销

- 信息流广告多端媒体全面覆盖，形式不受标准限制，随用户使用场景、终端等变化，更原生、更符合用户行为习惯，在原生内容场景中发布具有相关性的广告，和媒体平台有着天然匹配基因，精准定向，高转化率。



百度首页
信息流



百度贴吧

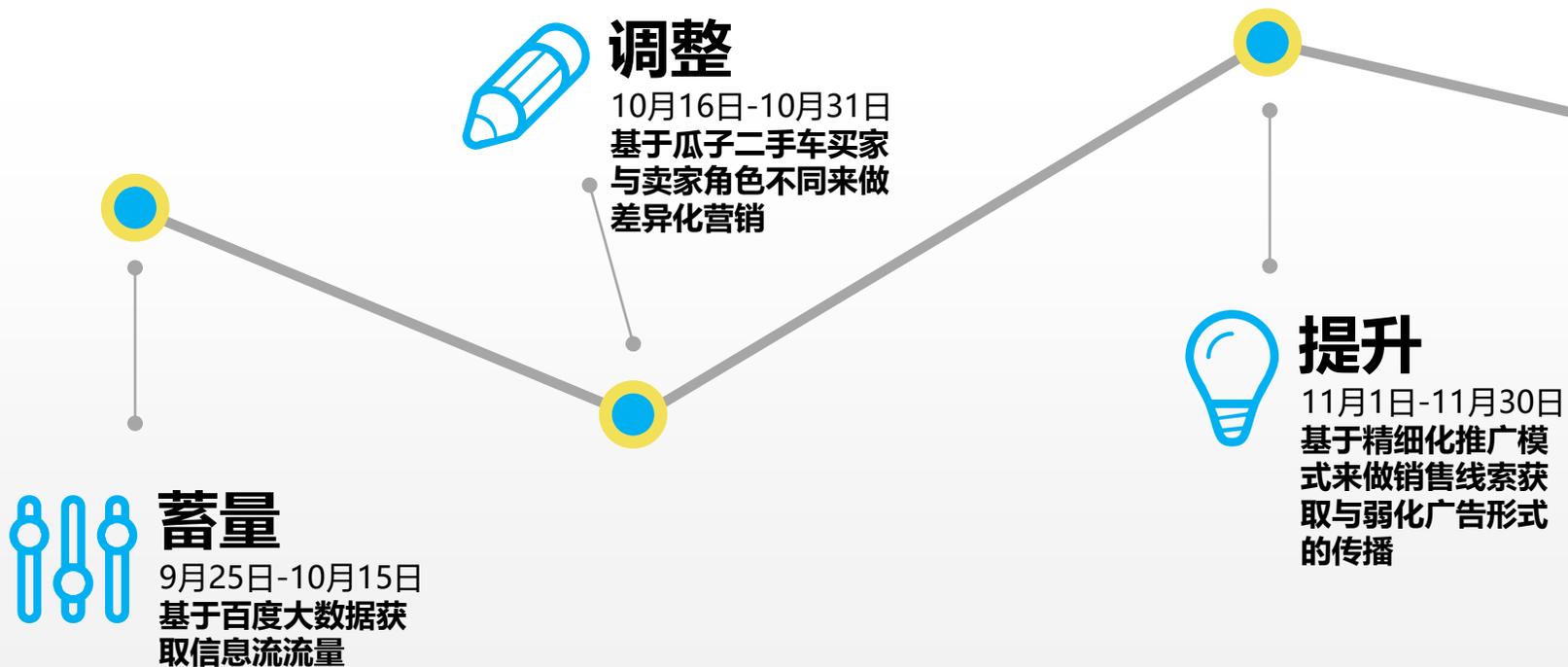


百度
浏览器

执行运营

具体测试阶段

- 项目排期：9月-11月



执行运营

投放优化出价方案

对于高点击率优质广告，基于成本预期，逐步小步幅**调整出价**（每次调整范围0.1元）

按照城市梯度出价：一线城市适当提高出价，三线城市出价适当降低

STEP-1

STEP-3

STEP-5

STEP-2

STEP-4

定向设置宽泛，以确保素材覆盖范围，上线价格控制在0.5-0.6之间，精准定向价格控制0.7-1.1之间，男性价格高于女性。

实时调整：效果较差广告，分析其原因（素材设计、定向），若无起色，则考虑暂停广告

按照时间梯度出价：出价的时间选择避开高峰期。

执行运营

蓄量期

数据对接

依据人群标签
展示不同内容

提供用户
服务方案

获得更高
质流量

执行运营

蓄量：基于百度大数据获取信息流流量

排期：9月25日-10月15日

目标：范围精准前提下流量最大化



执行运营

上线素材展示：
针对不同的频道制作不同的素材投放



执行运营

调整期

数据分析

差异化营销

提供用户
个性化服务

达到生态
平衡

执行运营

调整：

排期：10月16日-10月31日

目标：基于交易数据来分配
投放预算，卖家与买家预算
占比：6:4



执行运营

上线素材展示：

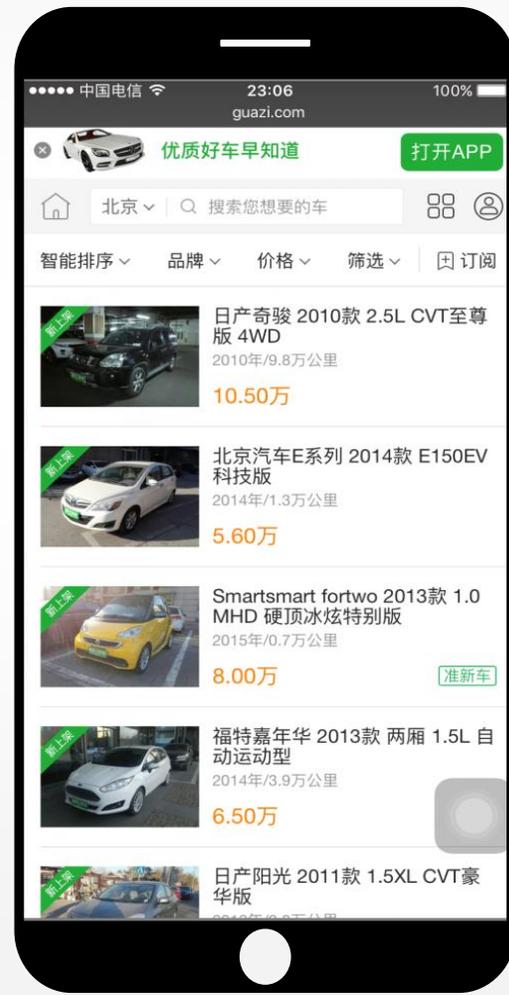
针对买家的心理，来制作素材，同时区别着陆页面，方便受众直接快速的选择车型



百度贴吧



百度首页



落地页

执行运营

调整：基于瓜子二手车买家与卖家角色不同来做差异化营销

卖车人群



执行运营

上线素材展示：

针对卖家专门制作素材，突出价格优势，着陆页面也体现高价因素，抓取卖家的心理



百度首页



百度贴吧



落地页

执行运营

提升期

数据归类

扩大
种子人群

提供用户
解决方案

品效结合

执行规划

提升：基于精细化推广模式来做销售线索获取与弱化广告形式的传播

排期：11月1日-11月30日

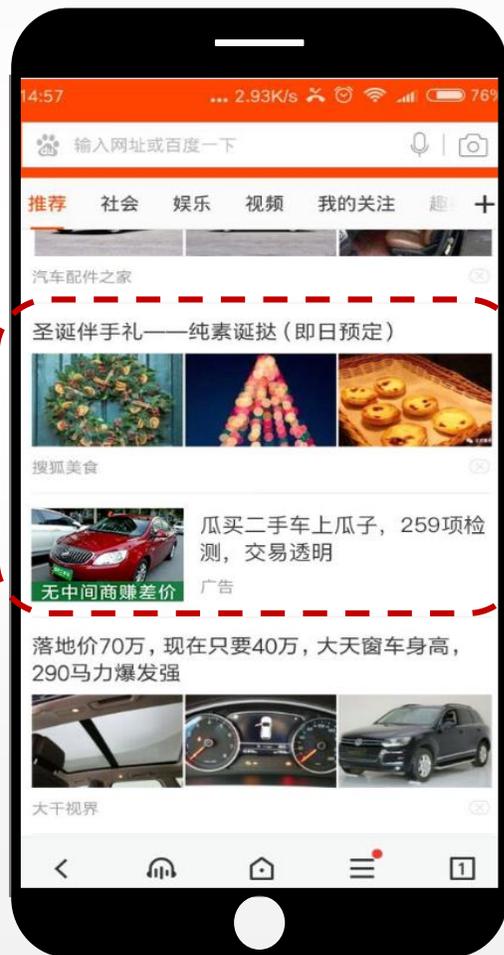
目标：放量投放资源，增加受众人群范围，增加转化



执行运营

上线素材展示：

以突出品牌效应为核心卖点，同时弱化广告形式的传播，通过原生广告贴近受众心理的方向，最终起到提升转化的作用



百度浏览器



百度首页



效果论证

效果论证

投放期间，卖车登记与买车成交数据均呈上涨趋势，百度信息流广告品效合一，助力瓜子二手车提升效果，瓜子二手车曝光量和流量大幅增长，迅速抢占了市场份额，得到了广告主的一致认可。



未来规划

通过用户交易数据的变化调整市场战略来平衡二手车交易生态

未来规划

标签建立



01分类处理商品

汽车平台类，商品数量过于庞大，需要先分类处理 适用于推荐目标数量过大以及用户行为数据过大的场景，有效减少数据分支

02需要搭建标签库

需要建立一个标签库，并且针对所有Item进行人为打标签的工作。

03依赖人为权重

由于标签库依赖人为设定，所以人的权重影响过大，更依赖于标签库的编辑人员

04推荐结果快速

标签库的好处是数据量较小，数据运算过程较快

未来规划

数据建模，推荐引擎

产品服务

用户偏好推荐

用户个性化推送

Item关联度推荐

千人千面推荐

数据算法

置信度算法

Item Hash分区

加权阈值微调

Apriori算法

加权求和排序

预测值分析

基础数据

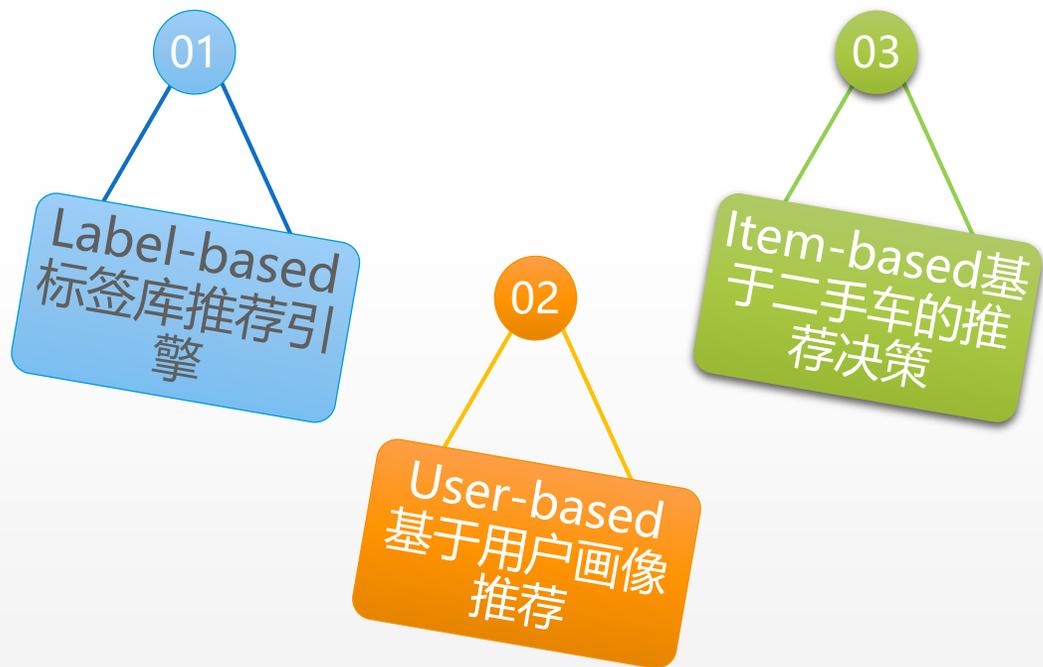
BI系统

数据仓库

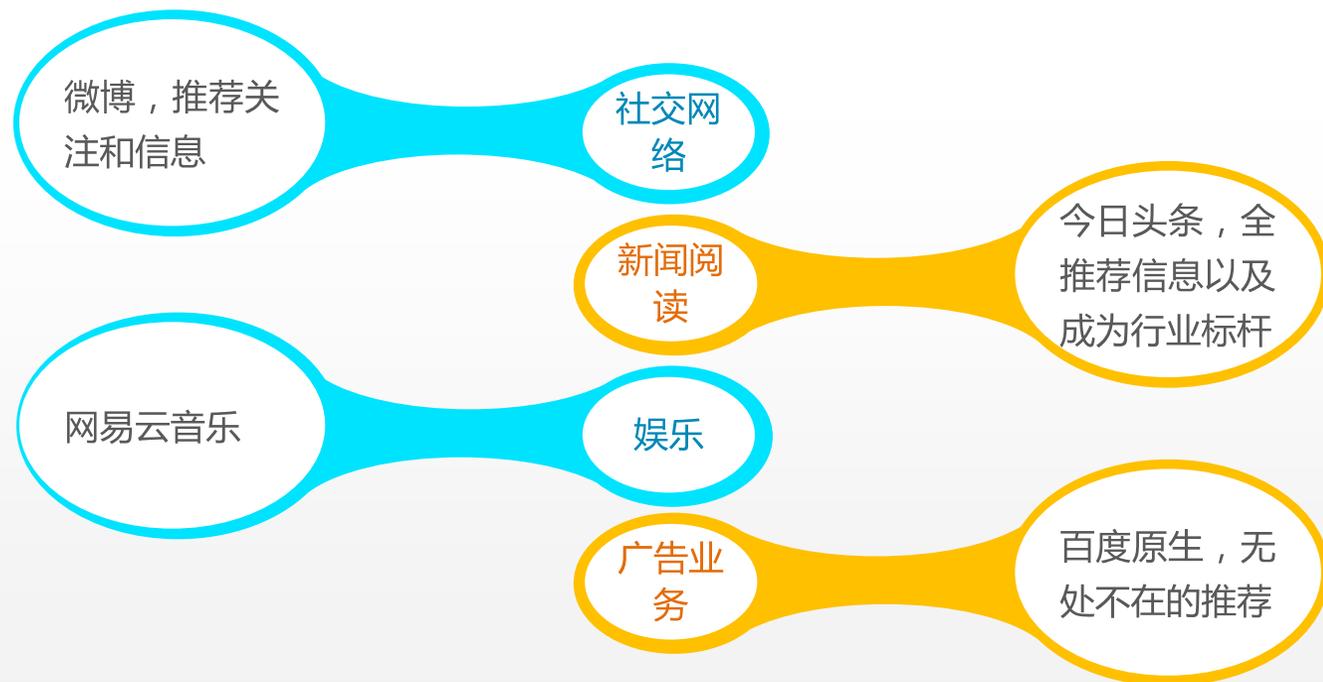
未来规划

数据建模，推荐引擎

数据推荐引擎分类



数据推荐应用场景



解决方案：基于BI系统分析后的智能信息推荐

千人千面推荐，实现精准投放—用户小敏



社交偏好

移动端，微信，微博

地区

人口属性

用户状态



- 上海，徐家汇
- 28岁，女，本科
- 未婚，高消费水平

内容偏好

浏览习惯

NEWS

- 社会，娱乐，汽车，时尚，财经
- 移动端

产品偏好

品牌偏好

购物习惯



- 汽车，服饰，美妆，食品
- Zara，Topshop，兰蔻，Dior
- 移动端



解决方案：基于BI系统分析后的智能信息推荐

千人千面推荐，实现精准投放——用户Eric

瓜子二手车用户年龄结构中，**20~40岁之间**的用户达到了82%以上，这部分用户中男性是准成交用户。



20~50岁之间

男性用户

一二线城市

汽车、理财

搜索过宝马相关内容



未来规划

千人千面，提升广告传播效率，提高最终效果转化



01

瓜子和百度数据对接，实现用户画像和行为的精准监测

02

利用推荐引擎，针对不同人群展示不同卖点的素材

03

通过数据和素材的优化，提升转化率



Thanks for 感谢观赏。
your attention