



深圳车展公司—车展行业 信息流视频投放分析

Presented By : 百度深圳分公司 潘晨&黄丞炜 Jul.2018

目录 CONTENTS

01

行业营销场景及卖点分析

02

车展视频信息流案例分享

03

信息流视频制作总结与建议

04

深分视频团队介绍及当前问题



01

行业营销场景及卖点分析

行业各场景营销诉求及对应卖点



汽车厂商

扩大品牌知名度，增加汽车售卖数量，
如：腾势汽车

突出产品**性能及质量**，
如：动力是否强大、外观是否好看、安全性能高不高、是否省油等

汽车平台

收集更多的用户信息，再卖给4s店，
如：车一百

突出**平台亮点**，如：
报价低，中间费用少，有免费检测等

车展&团购会

吸引更多的用户到场参展，如：联合车展、海灵车展

突出**展会的亮点**，如：参展品牌多、车型全、美女车模、现场活动

4S店&经销商

吸引更多用户到店购买汽车，如：宝昌汽车、驰宝4S店

突出**产品价格及附加服务**，如：价格优惠、保修、赠油卡等



营销诉求



对应卖点



02

车展视频信息流案例分享



投放背景

针对深港澳车展做活动营销，通过对活动的宣传和曝光吸引更多的人到场参展。因视频样式有其点击率高，表现形式丰富，给受众带来的感受更直观等优势。因此尝试使用视频样式进行推广。



推广目标

品效合一（活动曝光+表单收集）



考核指标

有效表单，成本50以内



账户信息

运营单位：深分

行业

行业：汽车行业
业务：车展

服务团队

优化师：潘晨
顾问：刘惠玲
视频设计师：钟瑛劼
LA客户经理：黄焕佳

客户业务：深港澳国际车展



产品介绍

- 1、“深港澳国际车展”在“了不起的城市-深圳”中被评选为“深圳五大城市新名片”之一
- 2、从“三展合一”到融入港澳元素“三城联袂”，变成**粤港澳大湾区汽车和展会领域的年度盛事**
- 3、二十多年的积淀，也让其成为秉性别具的国际车展，以“**先锋城市.风向车展**”引领国内车市动态风向标

行业基本情况

- 1、公司介绍：2007年3月，公司创立于广东深圳，目前公司车展管理业务除立足深圳外已扩张至昆明、苏州、兰州、盐城、长沙、石家庄等多个城市。
- 2、行业定位：**深圳车展排名前三**，分别为：海灵车展、客户公司车展、团车网（排名不分先后）。
- 3、竞争对手：**海灵车展、团车网**
- 4、行业旺季：**5月、10月**
 - A、经销商现车资源足
 - B、提车周期开始缩短
 - C、车价也开始出现小幅度的优惠
 - D、五一、十一节日营销
 - E、政策补贴经销商
- 5、行业淡季：**6-8月**
 - A、大部分品牌优惠幅度缩减
 - B、节日促销较少

01

拓量

01

新建视频样式计划，
可以有效拓量

02

突出车展的
规模

02

视频样式较图片样式展现方式更直观，表现内容更多元化，可以更好的表现出深港澳车展的大规模，高逼格。

03

提高CTR和
曝光量

03

视频样式的点击率普遍高于其他样式，因此使用视频样式可以有效提高CTR

04

提升转化量

04

客户尝试使用视频样式，希望在提高CTR和曝光量的基础上，带来更多的转化量。

目标受众分析：深圳地区年龄18岁以上全体人群



- 1.定向：以意图词定向为主，主要为车展词、车型词和小部分美女、车模等引流词
- 2.物料：文案及图片偏向硬广，突出展会时间、地点、主题、及品牌信息。
- 3.视频素材：以文字形式突出品牌、展会基本信息，以幻灯片播放形式表现车展活动、豪车、车模等

视频投放策略：前期精准定向，后期多种定向方式拓量

目标

提升CTR
增加产品曝光
提升用户表单量

策略

视频样式结合关键词、兴趣、APP、商圈等多种定向方式
精准定向有购车意向人群

投放效果

CTR显著提升
CPA偏低
转化成本降低



第一阶段，精准定向，小流量测试

- ★投放平台：手百信息流
- ★投放样式：大图视频
- ★投放时间：4月13日至今
- ★基础人群：深圳、18岁以上人群
- ★兴趣人群：定向高消费水平用户，如汽车、软件、旅游、房产、金融、资讯等
- ★关键词：定向与车展相关性高的词，如深圳国际车展、深圳最大车展、深港澳国际车展、2018深圳车展等

第二阶段，多种定向方式拓量

- ★结合兴趣+APP定向：兴趣选取汽车，APP选取汽车、体育、房产等，圈定高收入男性精准人群
- ★结合兴趣+商圈定向：选取房产、汽车、金融理财等高收入兴趣，商圈圈定深圳市主要商圈，全面覆盖深圳市核心人群

总结：以转化成本为优化方向，采用大图视频样式，通过多种定向方式精准定位目标人群，帮助广告主提高广告转化效果

落地页：与物料相关度高，突出车展亮点



落地页二维码

- 1.活动页面内容与视频主题相关性非常高，且色调一致，提高用户转化率
- 2.头图主题突出，体现展会主题和亮点
- 3.排版清晰、美观，从展会简介——车展亮点——参展品牌——提交表单——主办单位——吸底转化按钮

数据呈现-对比其他样式，视频样式点击率高，且转化成本低

大图

2018深港澳车展6.2-10会展中心车展！



联合车展 广告

表现形式单一
卖点不够突出
信息量有限
CTR : 1.55%
成本 : 52

视频

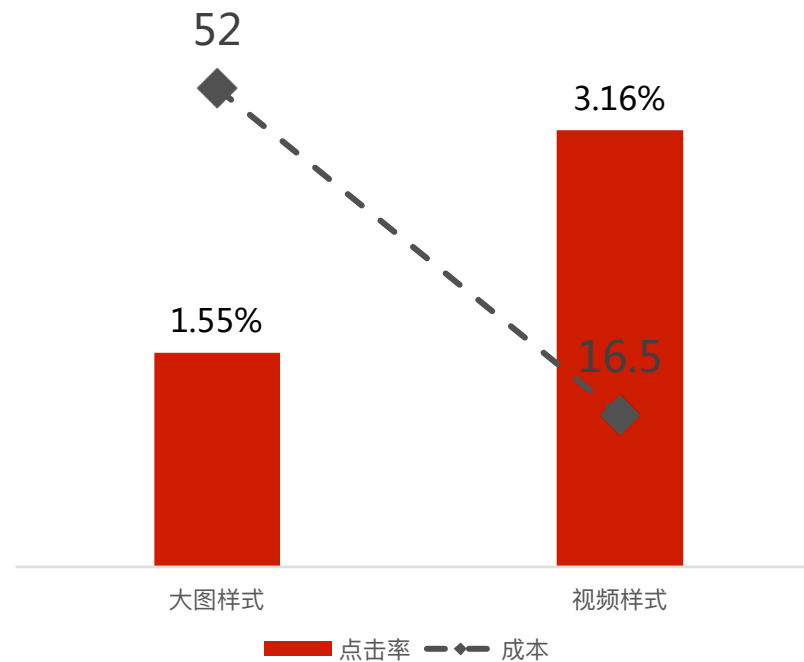
2018深港澳车展6.2-10会展中心车展,邀
您观展!



联合车展 广告

视频按钮激发点击
可呈现内容丰富直观
信息量大，卖点明确
CTR : 3.16%
成本 : 16.5

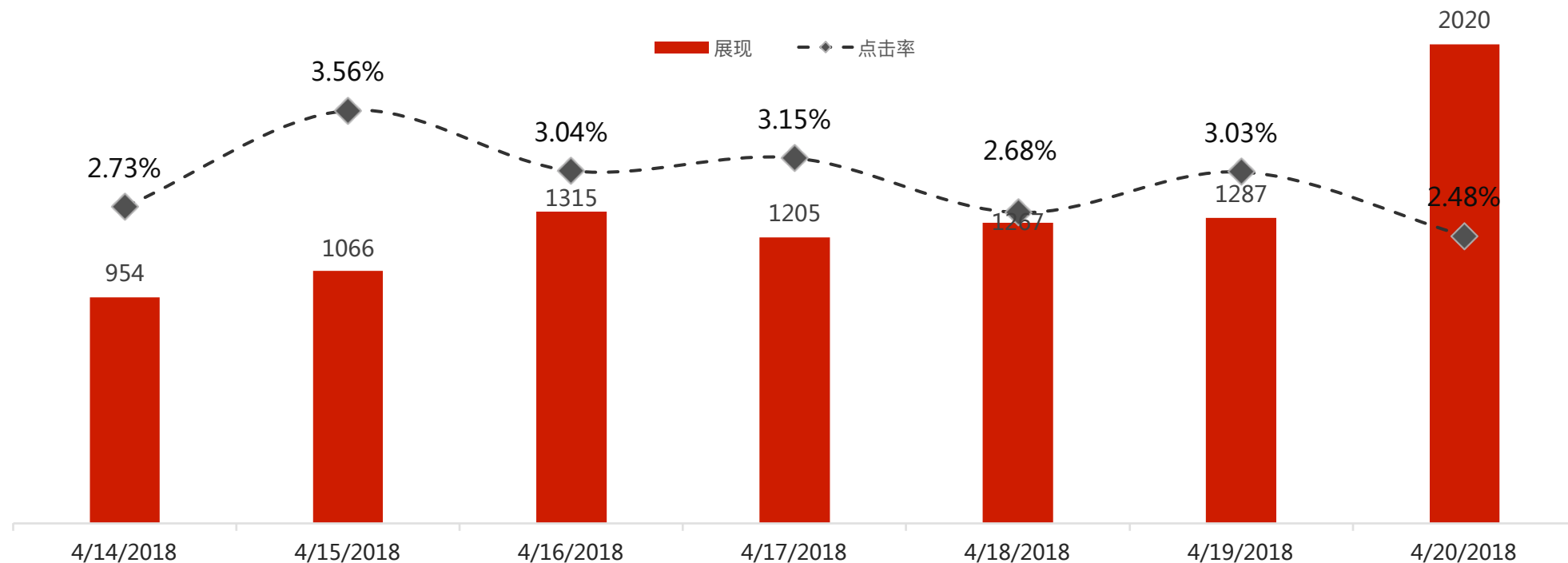
CTR提升1.61%，表单成本降低68%



注：数据取值时间维度为4.13-4.19号

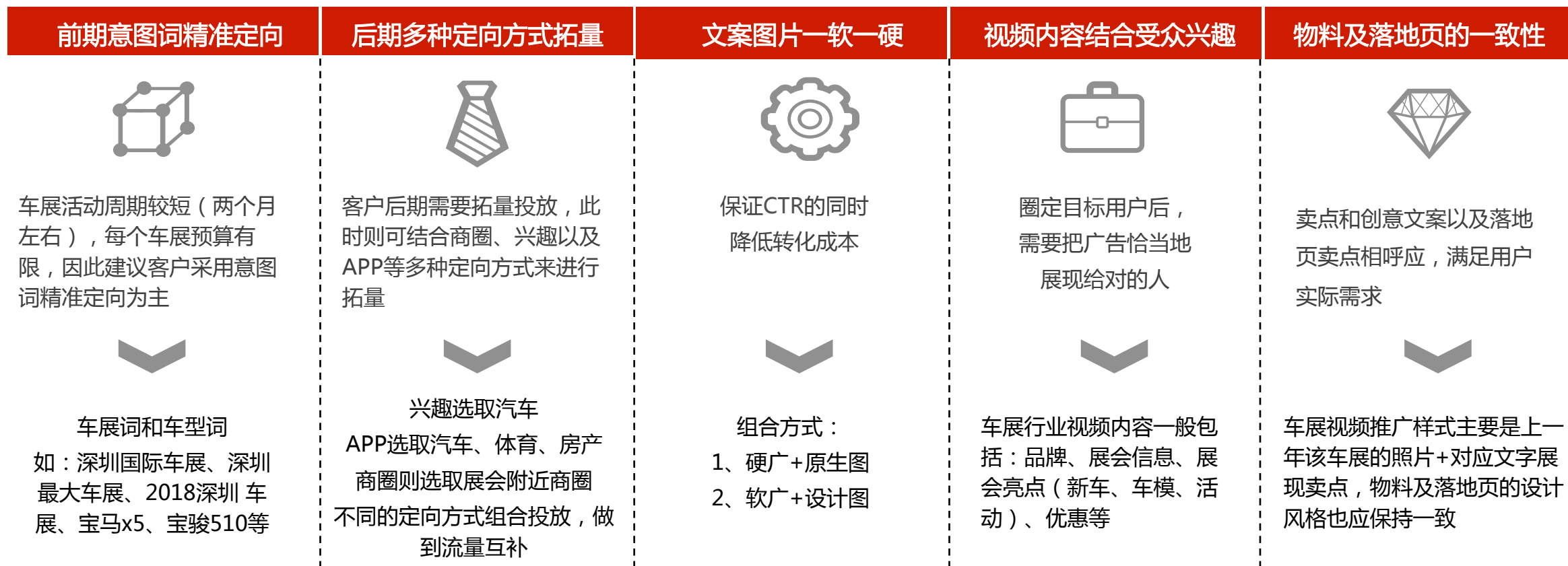
数据呈现-视频创意点击率高，点击成本低

深港澳车展视频样式展点消



总结：

1. 视频创意平均CTR为2.91%，相比其他样式高1.3个百分点
2. 随着视频样式的转化效果较好，预算提升4倍，消费增长趋势明显
3. 视频创意平均ACP为1.31，投放期间相对稳定且偏低，前端的ACP低能有效拉低后端的转化CPA，提高转化量





03

信息流视频制作总结与建议

了解需求

01

了解需求，清楚客户营销诉求点，卖点，特色等。

搜集需求

02

素材影响了我们后期制作视频时选择的方向。若遇到完全没有素材的客户，就需要在脚本上花点心思。

脚本制定

03

根据素材和客户情况制定脚本。如客户有完整的宣传片，可以把这个5分钟的宣传片缩减为30秒。

视频制作

04

拍摄、剪辑、包装。

脚本思路：根据现有条件，结合需求创作



营销诉求点

- 1、通过**高清新车图**吸引用户关注价格优势，刺激**核心目标人群**留下表单；
- 2、通过**美女车模**用视频播放加大视觉冲击，吸引**看车模的这部分人群**。
- 3、通过落地页及视频双渠道突出**展会的规模**和**活动亮点**等吸引**潜在人群**

视频创意来源

- 1.基于**客户提供的图片素材**，需要将图片整合成视频，
- 2.收集市面同类型**科技感很强的车展素材**，
- 3.AE来制作图片视频转场特效，将简单的图片进行酷炫的展示
- 4.搜集网络素材

视频风格设定

- 1.**幻灯片展示方式**，展示内容丰富；
- 2.**酷炫科技风**，突出展会的高逼格、高科技、大影响；
- 3.**视频色调以蓝色为主**，与活动页面一致，突出科技感；
- 4.**混剪**

视频主要内容

- 1.突出展会活动主题、举办方、举办时间和地点等核心内容；
- 2.展示新能源&智能汽车的新车型；
- 3.展台活动&超模舞台秀等各种丰富互动活动博取用户眼球；



素材聚焦：

- 1.以客户提供的高清车展以及车模的图片，用酷炫的图片吸引用户点击观看，增强曝光。
- 2.用图片让用户了解活动的大小以及规模，以新车图、车模图、活动图吸引用户参展。
- 3.选用往届人流量非常大的照片以及主办方创始人的合影凸显影响力。

深港澳车展 logo展示 动效

深港澳车展logo由大变小，以转页的形式出现在屏幕中央，开始视频

展会基本 信息

科技感转场镜头：屏幕四角以科技粒子引入车展主题。

新车图、 车模图、 开幕式图

图片根据音乐高低起伏转场。

深港澳车展 logo展示 动效

深港澳车展logo由大变小，以转页的形式出现在屏幕中央，结束视频



素材聚焦：

1. 客户无任何素材
2. 网上截取素材并混剪
3. 突出车的品牌，展示丰富多样的车展

地区时间地点展示

前后都突出展示车展城市地点，时间。吸引对应地区。

展会基本信息

快节奏转场镜头，音乐和视频素材的结合。

众多汽车品牌丰富活动

展示了众多的汽车牌子。
展示了展会当天丰富多彩的活动。

文字信息强调

光是视频还不够，还需要加上文字描述强化。下方还增加了引导点击的指引。

视频物料制作使用的工具及制作方式

视频制作工具



AE(After effect)

一款图形视频处理软件



PR(premiere)

一款常用的视频编辑软件

视频制作方式

01

先用Adobe Photoshop (PS)
制作精美海报作为素材

02

用Adobe Effet (AE) 进行图片
转场特效编辑，制作动画效
果，将简单的图片进行酷炫的
展示

03

Adobe Premiere (PR) 剪
辑，进行视频时长控制以及音
乐掐点控制

视频内容与人群定向结合点

- 1、1-5秒品牌图及展会信息，加深用户对联合车展的品牌认知，以及活动时间、地点的了解
- 2、5-18s炫酷新车吸引用户眼球，抓住核心人群
- 3、通常15-20S左右，用户就没有耐心继续观看视频，因此在18-24S通过美女车模吸引用户持续停留在视频广告页面，抓住我们的潜在人群。
- 4、24-30S开幕照及品牌展示，再次提醒用户回归车展主题，刺激用户到场参展

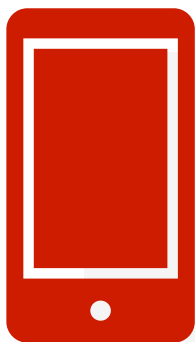


播放速度

加速播放视频：视频物料中特别是原生广告，加速播放的物料会较正常速度播放的物料效果更好。加速后观看时长平均会增加20%-40%

视频内容

- **增加转化引导**：时间短一些，在片尾增加引导点击的画面
- **快速进入主题**：节奏要快，最好第一秒就进入主题。
- **特色剧情**：剧情要有特色，不是贴合痛点就是要搞笑，满足用户的心理享受



呈现效果

- **画面鲜艳，衔接流畅**：写脚本的时候就要注意画面之间的衔接问题，画面颜色要鲜艳。
- **加上字幕**：用户使用手机时的环境很难确定，有些不方便播放声音的场景如果还没有字幕的话会直接跳出。
- **图片素材套用AE模板**：单纯的轮播图效果非常差，但是图片素材套用AE模版后效果会更好。



04

深分视频团队介绍及当前问题

深分视频团队概况



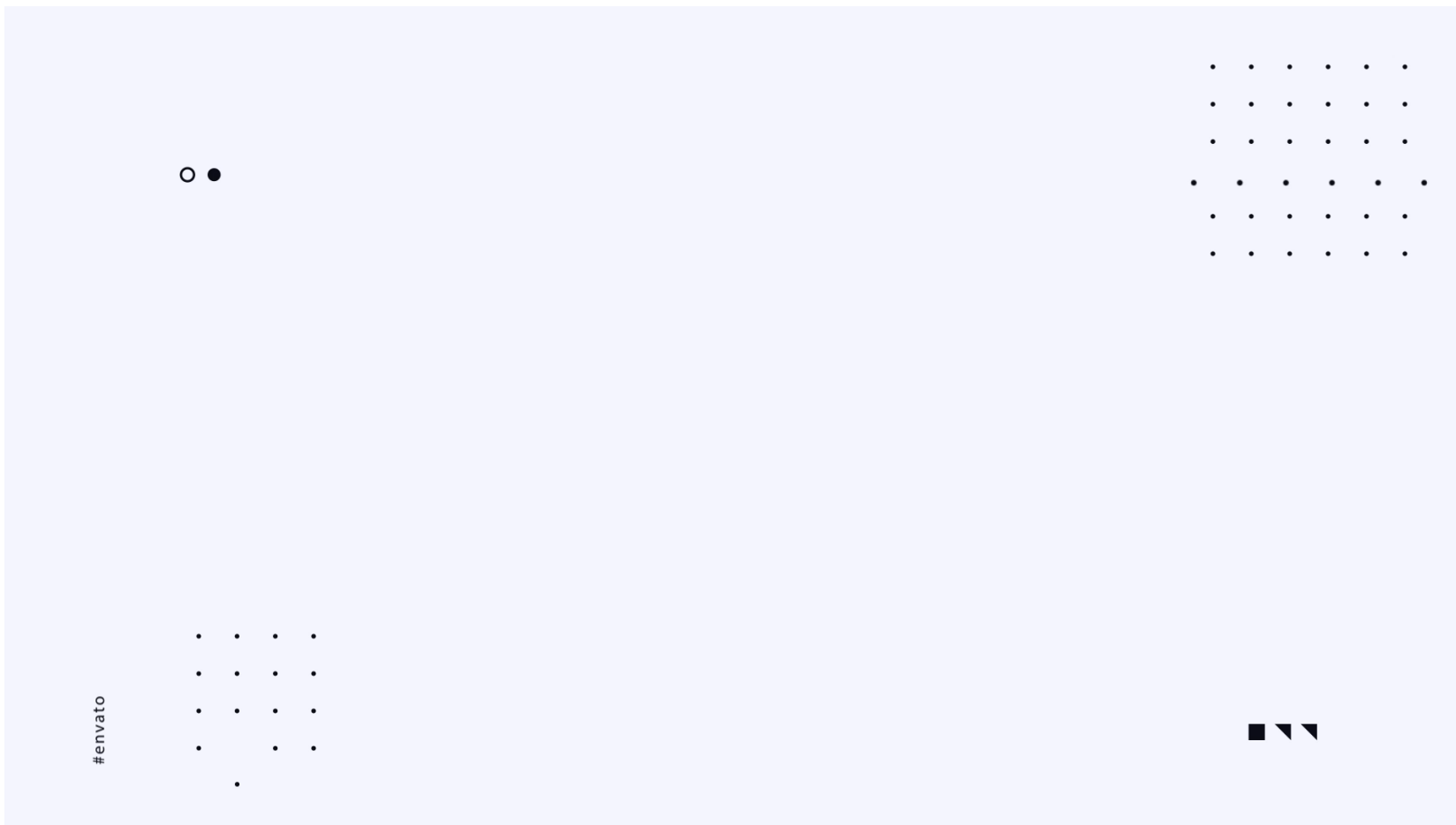
4.2.1 行业视频案例分享——游戏行业

游戏行业效果比较好的是真人试玩类。选择和用户群体不同性别的演员进行展示，还可以设置情景。声音效果一定要丰富，背景音乐如果是经典音乐会更好。



4.2.2 行业视频案例分享——家具行业

尝试过喊麦类，真人售卖类，快闪视频类三种。效果最好是快闪视频，内容重点突出优惠以及丰富多样的家具产品



4.2.3 行业视频案例分享——医疗美肤行业

美肤类可以做虚拟课程，即有老师讲解美肤知识，但是形象一定要好。也可以尝试以用户视角呈现的护肤历程，内容以轻松幽默为主。



4.3 深分各行业客户案例集锦及视频风格适配类型

车展类



混剪

贷款



Mg动画

月子中心



特色介绍

婚纱摄影



拍摄场景

牙科



答疑解惑



相册



采访类



客户证言



风格短片



虚拟展示



混剪



步骤介绍



场景介绍



相册视频



快闪视频

1、关于版权

由于许多客户没有任何素材，又要视频物料推广。网上素材难免涉及版权问
题。其中还包括音乐版权，软件版权、
Ae模板的版权等问题。

2、关于人员

视频是大趋势，对内可以做微课培训
视频；对外可以做广告物料。





THANKS

Presented By : 百度深圳分公司 潘晨&黄丞炜 Jul.2018