

# 瓜子二手车借助“最强外脑” 拓展精准TA

致维科技 2018.1



**KA渠道新声音**  
代理商品牌营销 原生优化技能大赛

## 二手车市场黄金时代到来，或将迎来万亿市场



国内二手车历年交易量变化

- ◆ 2016年二手车交易量首次突破千万级别，累计同比增长10.33%;
- ◆ 2017年，国家取消二手车“限迁”政策，让二手车市场看到了新的曙光；
- ◆ 2016年，我国二手车与新车的出售比例为1:2.7，以发达国家成熟市场1:1比例看，我国的二手车市场还有很大的进步空间。

# 01 | 案例背景

瓜子二手车处于高速成长阶段，平台买车用户量持续攀升

为提升撮合交易量，稳定行业领先地位，需**加快卖车线索获取速度，保证车源充足**



2015年9月27日正式上线



实时在售个人车源量超过12万台



覆盖全国28个省份，通过卫星城策略服务能力覆盖208个城市



城市扩张增速持续保持行业第一



## 02 | 案例目标

**营销目标：获取卖车线索及用户预约+扩大市场竞争优势**



### 短期目标：引导车主留下卖车线索

成本稳定前提下，持续提升卖车线索量，达成平台每月卖车线索量指标。



### 长期目标：扩大市场竞争优势

对不同人群进行广告规模曝光，巩固市场领先地位，不断拉大与竞争对手的差距。

The screenshot shows a mobile application interface for car valuation. At the top, the status bar displays '中国移动' (China Mobile), signal strength, time '14:07', and battery level '100%'. The app's navigation bar includes a back arrow, the title '爱车估价' (Car Valuation), and a menu icon. Below the navigation bar, the page title '爱车估价' is repeated. The form contains several input fields: '上海' (Shanghai) with a right arrow, '车型' (Car Model) with a right arrow, '上牌时间' (Registration Time) with a right arrow, '输入行驶里程' (Input Mileage) with a '万公里' (10,000 km) label, '接收手机号' (Input Mobile Number) with a '11位手机号' (11-digit mobile number) label, and '卖车意向' (Sell Car Intention) with a right arrow. A prominent green button labeled '开始估价' (Start Valuation) is positioned below the form. Underneath the button, the text reads '咨询热线 400-023-6325' (Consultation Hotline 400-023-6325) and '评估师免费上门估价，更精确' (Free on-site valuation by appraisers, more accurate). At the bottom, a footer line states '车300 提供技术支持' (Car300 provides technical support).

## 02 | 营销洞察及策略—媒介洞察

### 百度信息流支持的人群定向方式

基本信息	年龄： <input checked="" type="checkbox"/> 全部
	性别： <input checked="" type="checkbox"/> 全部
	学历： <input checked="" type="checkbox"/> 全部
用户意图	长期兴趣： <input type="radio"/> 不限
	意图词： <input type="radio"/> 不限
用户环境	平台： <input checked="" type="checkbox"/> 全部
	网络： <input type="radio"/> 全部
	地域： <input type="radio"/> 不限
	场所： <input type="radio"/> 不限
APP行为	APP偏好  ： <input type="radio"/> 不限

#### 1 意图词定位目标用户，难以精准判断用户买车还是卖车



搜索过：  
大众 奥迪 二手车、宝马 丰田 ...

#### 2 主观筛选长期兴趣，定向人群过于宽泛



关注兴趣点：  
汽车 金融 房地产、音乐 旅游 ...

#### 3 人工筛选意图词获取流量，效率偏低，无法满足快速拓量需求



筛词;筛词;筛词;创意,分析数据,调整账户...  
真希望自己是千手观音

## 02 | 营销洞察及策略—媒介洞察

### 百度信息流常规创意呈现形式



坐标：上海  
需求：出售福克斯，怕麻烦，看重服务



坐标：成都  
需求：准备换车，旧别克犹豫是置换还是售出



坐标：北京  
需求：自有丰田行驶了3万公里，想先估价



坐标：广州  
需求：宝马急售，看重卖价及售出速度

4

投放城市车型较多，创意呈现千人一面，用户互动意愿低



72个城市,200多个汽车品牌,1000多种车型,人工操作难以精准匹配用户需求

想卖车的有福啦，手机就能查询爱车卖价，快来测测你的能卖多少？



瓜子二手车 广告

原有创意形式平均点击率**1.2%**，远低于平均水平

## 02 | 营销洞察及策略—营销挑战

瓜子二手车希望通过百度原生：

**加快拓展卖车线索量、获取车源的速度，保持竞争优势**



1

卖车用户相较买车用户数量更少，通过常规定向方式较难精准触达；

2

创意吸睛力亟需提高，从而提高用户互动意愿；

3

投放需求的不断增长，要求我们在推广运营中不断提升推广效率；

## 03 | 营销洞察及策略—项目策略



基于瓜子种子人群扩散效应,精准找到百度上海量卖车意向用户,对兴趣人群完成曝光及唤醒。



将车辆信息与百度用户标签匹配,实现单个人群与创意实时拼接展现,千人千面创意呈现。



通过 (look-alike) 及动态商品广告,将人力从繁重的基础操作中解放出来,极大提高运营效率。

## 03 | 营销洞察及策略—消费者画像洞察

### 群体定义

**性别：**大多数为男性

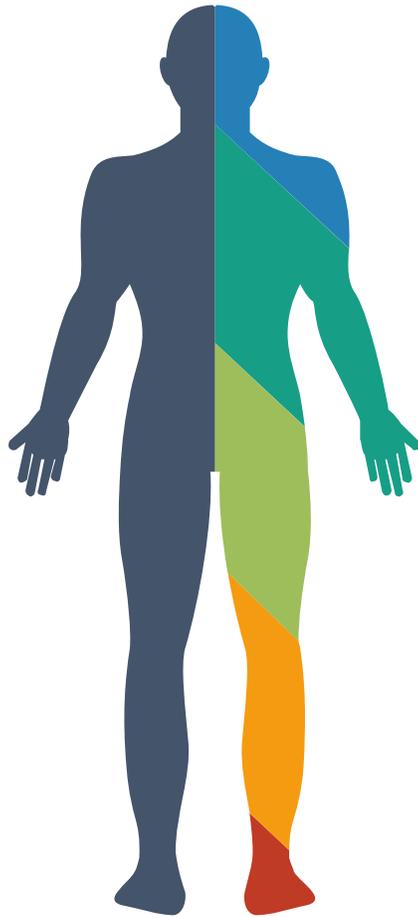
**年龄：**集中在25~44岁

**家庭：**多为已婚人群

#### 群体分析：

其中31~35岁用户正处于有首胎或二胎的时间段，普遍存在置换空间较大的汽车需求

40岁左右的群体属于事业有成，基本没有经济负担，这部分群体通常需要更换更高端的车型



### 需求定义

#### 内容偏好：

关注汽车、车险、车贷、汽油价格等

浏览二手车网站

关注车展

#### 消费习惯及行为：

搜索汽车置换

有理财行为

经常到访加油站

安装导航软件并常查询驾车路线

违章查询

## 03 | 营销洞察及策略—look-alike拓展海量精准人群



### 核心人群-瓜子种子用户

说服瓜子提供20万设备号作为种子人群，与百度用户标识进行匹配，从上百万个维度对种子人群进行分析，筛选出最具代表性的共有特征



### 拓展相似人群

依据勾勒出的用户画像，从百度全网活跃用户中，筛选出2000万与种子人群最相似的用户，形成卖车用户人群包



### 唤醒二手车相关兴趣人群

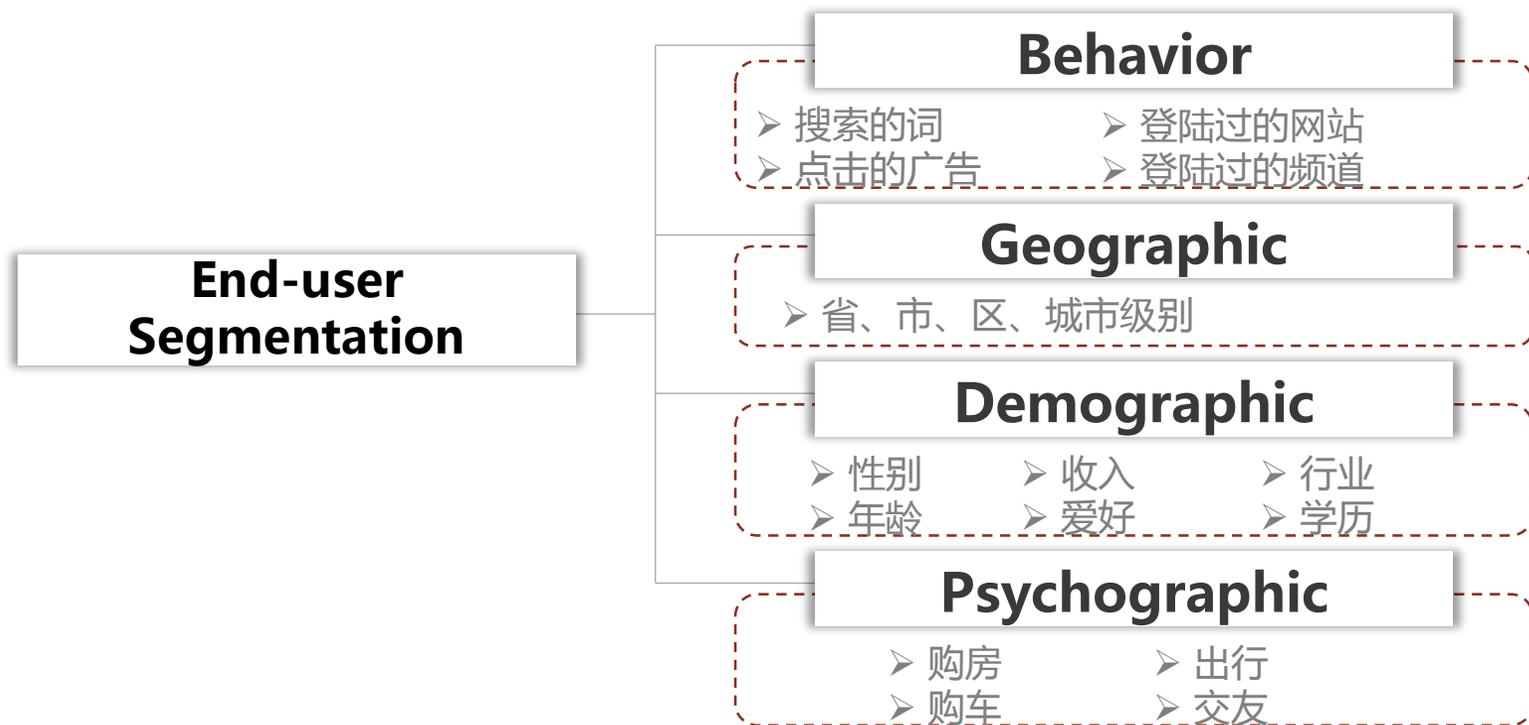
依据大技术分析得出种子用户兴趣标签，对兴趣定向进行延展，获取潜在兴趣人群定向测试

## 03 | 营销洞察及策略—look-alike核心人群建立

### 核心人群：依托已有用户，定义瓜子二手车种子人群画像

瓜子二手车提供既有客户信息（设备号等）作为种子人群，依托于百度大数据技术，将种子人群的百度ID打通，勾勒种子人群用户画像。

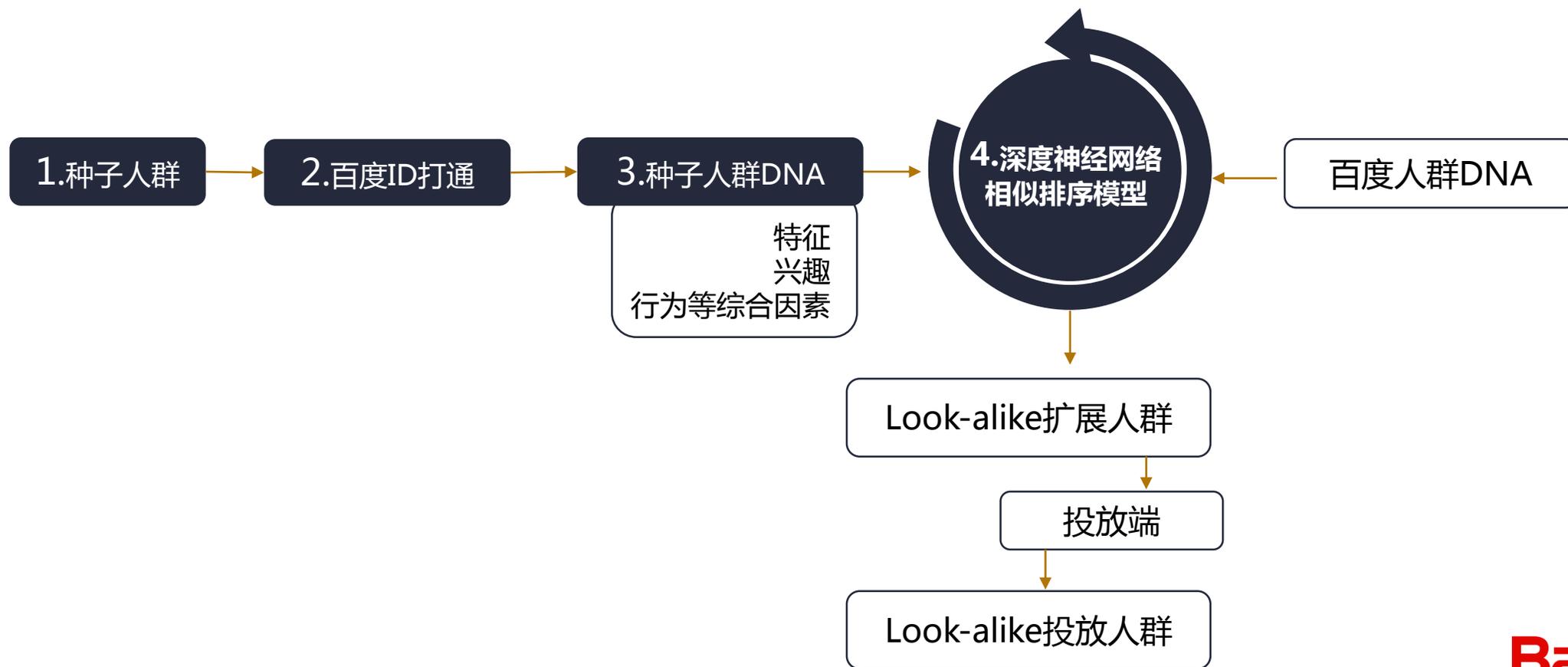
#### 多维度切分百度用户



## 03 | 营销洞察及策略—look-alike拓展海量精准人群

### 拓展人群：利用百度机器学习能力，智能拓展相似人群（look-alike）

通过百度深度神经网络相似排序模型，结合种子人群DNA与百度人群DNA，运用look-alike算法拓展相似人群，形成卖车用户投放人群包注入投放后台。

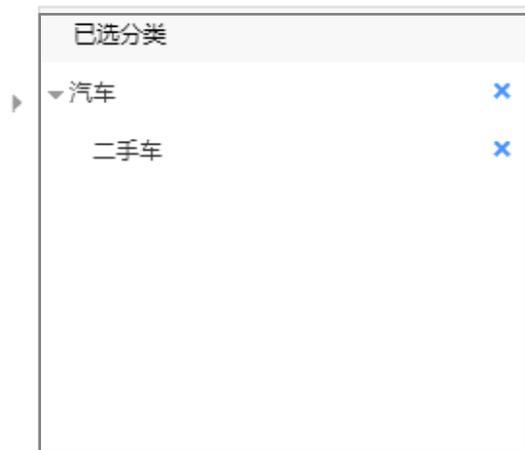


## 03 | 营销洞察及策略—look-alike挖掘潜在兴趣人群

### 兴趣人群：唤醒二手车相关兴趣人群

通过种子人群的分析及消费者画像的形成，添加并测试兴趣标签人群

从核心的二手车兴趣，拓展至外延的人群兴趣标签，力争拓展全部可能的人群，展示品牌信息，形成知名度



二手车兴趣标签



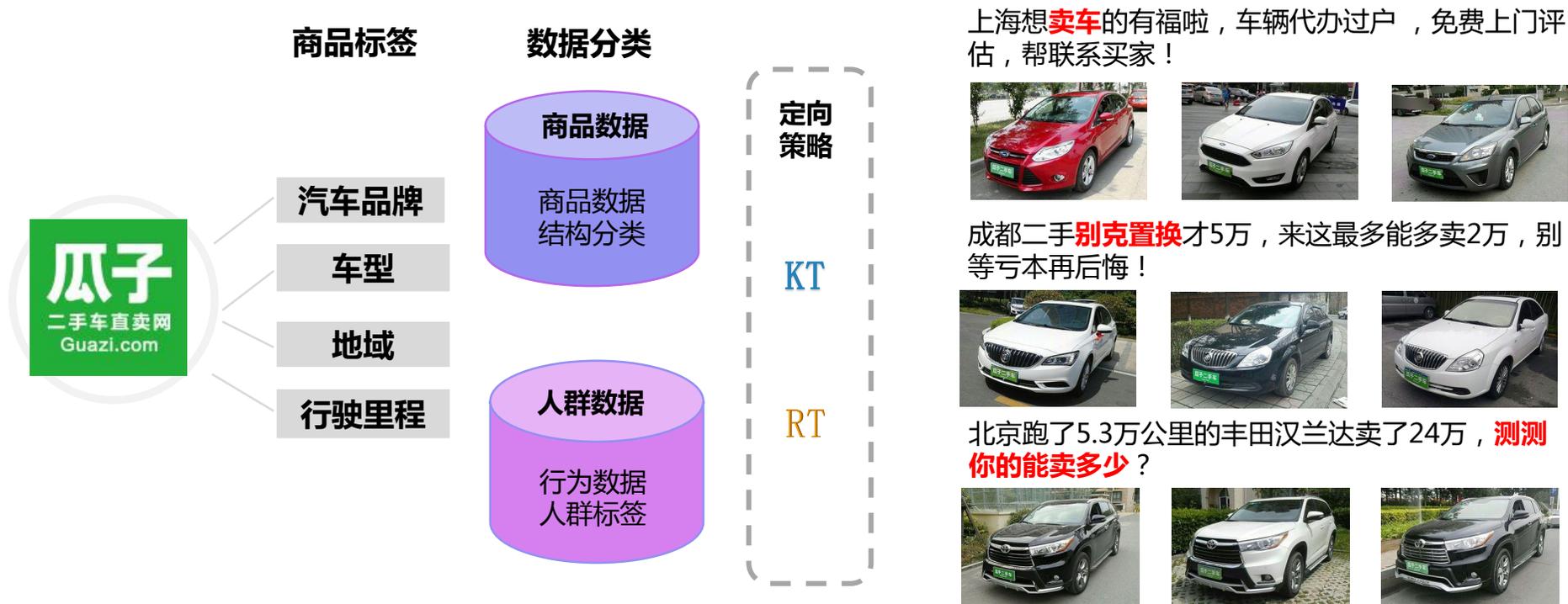
汽车兴趣标签



人群兴趣标签

# 03 | 营销洞察及策略—动态商品广告提高创意吸睛力

动态商品广告：对接商品库数据、人群属性数据，**匹配目标用户自动寻找商品库中对应图片创意精准投放**



- ▲ RT:基于接入广告主用户数据库的**动态**创意，提高效率，提升转化
- ▲ KT：基于百度搜索历史的**动态**创意，覆盖人群广，定向精准

# 03 | 营销洞察及策略—动态商品广告创意策略

动态商品广告：依据卖车用户关注点及瓜子服务卖点，**多维度组合制作创意模板**，获取优秀素材

用户关注点

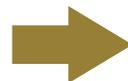
- 旧车估价
- 出售or置换
- 出手速度
- 卖给谁?

瓜子卖点

- 多卖20%
- 免费评估
- 1天卖出
- 边开边卖
- 个人直卖个人



坐标：上海  
需求：**出售**福克斯，怕麻烦，看重服务



上海想**卖车**的有福啦，车辆代办过户，免费上门评估，帮联系买家！



CTR:2.34%



坐标：成都  
需求：准备换车，旧**别克**犹豫是**置换**还是售出



成都二手**别克**置换才5万，来这最多能多卖2万，别等亏本再后悔！



CTR:2.62%



坐标：北京  
需求：自有丰田行驶了3万公里，想先**估价**



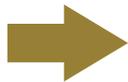
北京跑了5.3万公里的丰田汉兰达卖了24万，**测测你的能卖多少？**



CTR:2.85%



坐标：广州  
需求：**宝马**急售，看重卖价及售出速度



广州二手车出售专区，跑了7.2万公里的**宝马**X5能卖56万，**1天就卖出去了！**



CTR:2.32%

数据来源：百度推广后台及客户提供数据

# 03 | 营销洞察及策略—动态商品广告数据自动回传

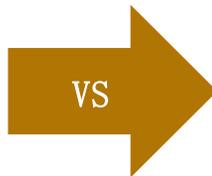
Before

大型原生账户，监测到创意粒度，需**几千条监测URL**，庞杂繁乱易出错



After

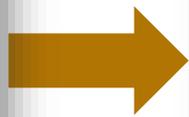
对接数据回传后，一个监测URL账户通用，**转化报表自动生成**，简洁高效好优化



动态商品广告后台统计报表：

属性					基础指标							闪投转化	
时间	↓ 账户	↓ 推广计划	推广单元 ↓	创意	创意名称 ↓	展现 ↓	点击 ↓	消费 ↓	点击率 ↓	平均点击价格 ↓	千次展现消费 ↓	线索数目 ?	预约数目 ?

# 03 | 营销洞察及策略—落地页热力图监测及优化



页面修改后，转化率**提高20%**，进一步提升转化效果

通过ptengine热图分析功能，对落地页进行优化调整：



页面**简洁化**，改为一屏式页面；



放大用户更感兴趣的估值功能，内容以**估值页**为主

## 04 | 营销执行



- 准备并上传种子人群设备号，进行人群拓展；
  - 动态商品广告与瓜子网站商品库对接工作；
  - 动态商品广告与瓜子数据统计系统数据回传对接，报表开发。
- 
- 预先准备专用look-alike及动态创意投放计划、创意模板素材，设置投放条件；
  - 分别将look-alike人群包及商品库信息与专属投放计划进行关联并开启投放。
- 
- 依据数据回传报表，进行创意模板优化，调整投放策略；
  - 依据客户回传数据及前端消耗数据，逐天调整投放策略，依据转化数据进行人群匹配模型优化。
- 
- 根据已有人群包投放效果反馈优化，提供更多种子人群，扩展更大人群包，在保持成本稳定的基础上扩大投放；
  - 系统不断根据已有动态创意模板效果反馈优化流量，提高转化，扩大投放。

# 05 | 效果评估与社会价值—效果数据展示

整个项目投放期间，CPC比传统推广降低了42%，转化成本降低46%，超预期达成客户满意度，项目预算提高60倍；



点击成本下降**42%**



转化成本下降**46%**



项目预算提升**60倍**



数据来源：百度推广后台及客户提供数据



## 06 | 分析总结



### 项目意义

●本次运用相似人群拓展技术及动态商品广告的组合策略，为瓜子形成了一套先进有效且可复制的汽车行业原生投放模型，大幅度**降低转化成本**，同时达成**品牌拓量**目的，且带动了汽车行业在百度原生投放的预算及投放效果提升；

### 未来展望

●未来随着大数据技术的深入发展，实现**lookalike相似人群拓展与千人千面动态创意匹配完全自动化**，能进一步精准触达用户，从而促进转化，不仅针对该项目，对于整个原生广告投放，都是质的飞跃。

欢迎评委老师提问



KA渠道新声音

代理商品牌营销

原生优化技能大赛