

汽车行业全链营销解决方案

PART 1

百度汽车行业. 全链AI营销

营销升级，百度“N.E.X.T”全链AI营销新战略



我们并不是要让每一个营销
案例都必须套用方法论

但是需要具备全链的思维方式
去覆盖营销用户行为

合理性：为什么能用全链AI？

百度平台已经能够覆盖汽车用户消费全链路周期



5000万

日均汽车相关搜索



6000万

地图位置日均请求



1亿+

汽车资讯用户



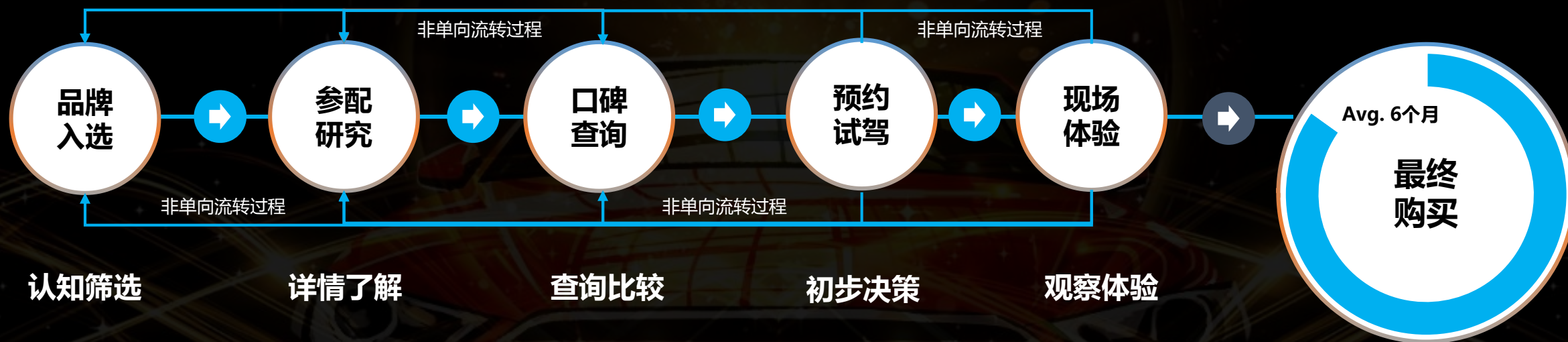
3630万

车辆出行相关吧

必要性：为什么要用全链AI？

汽车行业营销用户认知路径

92.0% 购车人先以多个品牌为目标，对比后选择最适合的



认知筛选

详情了解

查询比较

初步决策

观察体验

42.2%的购车人在决策过程中，总是改变主意

84.9%的消费者
曾经或计划 6个月内

我们可以用全链AI
做出不同的变化

汽车行业品牌营销全链应用（一） 产品全链



示例为DEMO

用户意图

感受品牌文化



页面呈现

页面承接

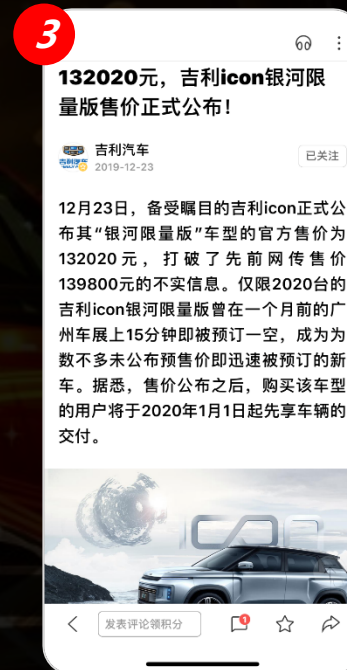
数字展厅
官方百科故事

了解车型配置



官方小程序或H5
车型介绍

浏览车型资讯



官方百家号
车型资讯

意图预约购车



经销商会员体系

汽车行业品牌营销全链应用（二）

营销全链

激发池（N）

体验池（X）

资产池（E）

工具池（T）

品专矩阵+SEM关键词投放

搜索oCPC+基木鱼托管页

基木鱼小程序
搜索端/地图POI点挂载

信息流定向投放

地图、视频人群包投放



汽车行业品牌营销全链应用（三）

数据全链

新车诊断-人群洞察

行业洞察 | 品牌洞察
媒介偏好 | 用户洞察

新车投放-媒介策略

人群分发 | 频次控制

新车投放-媒介投放

线上 | 开屏、信息流、搜索等
线下 | 户外、商超、车载等

新车追踪-投后评估

展现量 | 点击量 | CTR | 回搜率
投后互动提升率 | 品牌入选率

新车投后-数据沉淀

用户画像 | 历史数据
度内用户数据 | 度内广告

新车上市前 (Teaser)

新车上市中 (Launch)

新车上市后 (Maintain)

自定义人群

主题人群

再营销人群

上市前
——
新车人群圈层打造



圈营销人群 **JOINT**
扩展核心人群的多类圈营销
关系人群



意图人群
选择行业意图分类的智能人
群包



品牌知识图谱人群
根据百度知识图谱能力寻找
目标受众



扩展人群
依据种子人群进行扩展



关键词人群
根据关键词搜索行为寻找目
标受众



网页到访人群
根据网页访问行为寻找目标
受众



基础属性人群
根据兴趣、行业等基础标签
寻找目标受众



ID上传人群
可以直接上传目标受众包



长视频人群
根据爱奇艺视频的观看行为
寻找目标受众



短视频人群
根据好看视频的观看行为寻
找目标受众



APP偏好人群
根据手机APP使用行为寻找
目标受众



LBS人群
根据线下出行偏好寻找目标
受众



信息流阅读偏好人群
根据百度信息流阅读行为寻
找目标受众



手机机型人群
根据手机品牌、型号寻找目
标受众



贴吧人群
根据贴吧粉丝寻找目标受众



百度统计人群
基于自有网站检测数据定向
目标用户

SUV 品类关注人群
汽车特色4S店人群
新能源汽车人群
汽车价位关注人群
家用轿车价位关注人群
... ..

上市中
——
上市后
——
新车人群再利用

广告触达人群
广告点击人群
页面到访人群
线索留咨人群
购买转化人群
... ..

汽车行业品牌营销全链应用（四）战略全链

CAMPAIGN导向

ALWAYS-ON常规

新车发布

海量精准曝光，激发用户产生兴趣

常规-车型促销

线索手机，提高购车转化

常规-品牌公关

口碑传播，深度体验，提升好感

超级首发

展示类+观星盘

AI创新

搜索+信息流（高级样式）

KOL合作+活动联运

Co-branding纵横计划+事件营销

“搜+推”生态运营构建

原生征文内容长期分发

激发池(N)+体验池(X)

资产池(E)+工作台(T)

搜索-品牌阵地

核心类：品牌专区MAX/线上展厅/

核心相关类：小程序定制、LBS附近4S店

核心寻址类：地图POI点+内页小程序挂载

信息流-品牌百家号

常规类：公司动态、热点新闻内容

CAMPAIGN类：车型推广内容合作

CAMPAIGN类：内容文章内+小程序挂载

小程序矩阵

用户沉淀：新车发布、官方信息关注

用户唤醒：信息流原生内容PUS

商流量营

公域运营

私域运营

PART 2

对于全链来说共建私域生态是一个基础

百度汽车行业全链品牌类之 超强阵地

汽车行业品牌类营销：超级阵地（闭环化品专运营）

汽车品牌专区闭环化生态构建，组件式承接用户看车/选车全过程

母品牌品专闭环化

感受品牌文化 → 旗下车型详情解 → 品牌经销商寻址



头图

百科
LOFT

车系

小程序
品牌优惠

百家号
内容

地图
寻址



分车型品专闭环化

了解车型配置 → 浏览车型资讯 → 意图预约购车



头图

子页面

小程序
车型优惠

百家号
内容

短视频

阿拉丁
线索

地图
寻址



汽车行业品牌类营销：超级阵地（百家号运营）

一汽红旗、吉利汽车、长城哈弗品牌官方百家号，用户沉淀，内容发声

百家号主页
官方资讯速递



百家号搜索卡片
新车多维内容呈现



百家号 下挂小程序



百家号 信息流分发



百家号直播对话



百家号直播汽车频道分发



汽车行业品牌类营销：超级阵地（小程序运营）

吉利电商智能小程序，多渠道拦截用户在选车路径上的潜在需求



搜索品专 下挂小程序



搜索框 SUG前置



地图搜索SUG前置



地图POI下挂小程序



百家号主页 下挂小程序 百家号内容 图片下挂小程序



吉利电商 智能小程序

每一个产品的FLOW其实 都是一个全链

我们需要用全链思维去引导营销合作

PART 3

我们需要用全链思维去引导营销合作

百度汽车行业全链品牌类之 超强首发

汽车行业品牌类营销：超级首发计划

开屏部分流量导向搜索大卡
提高新品首发热度

一汽大众捷达VS7首发核心词、通用词彩蛋曝光，制造巨大行业声量



品牌车型词：“捷达VS7” 触发彩蛋浮层



通用词：“SUV” 触发彩蛋浮层



汽车行业品牌类营销：超级首发直播

汽车品牌新车首发直播，热议话题，打造超级线上发布会

搜索直播样式1（横屏）



搜索直播样式2（竖屏）



直播页



#XXX车机发布会#
XX说（直播）/KOL热议+网民热议

联动直播KOL共同发起
#XXX车机发布会#
并在话题页可观看启辰（高层领导/技术专家）对
XXX的直播

汽车行业品牌类营销：超级首发联动

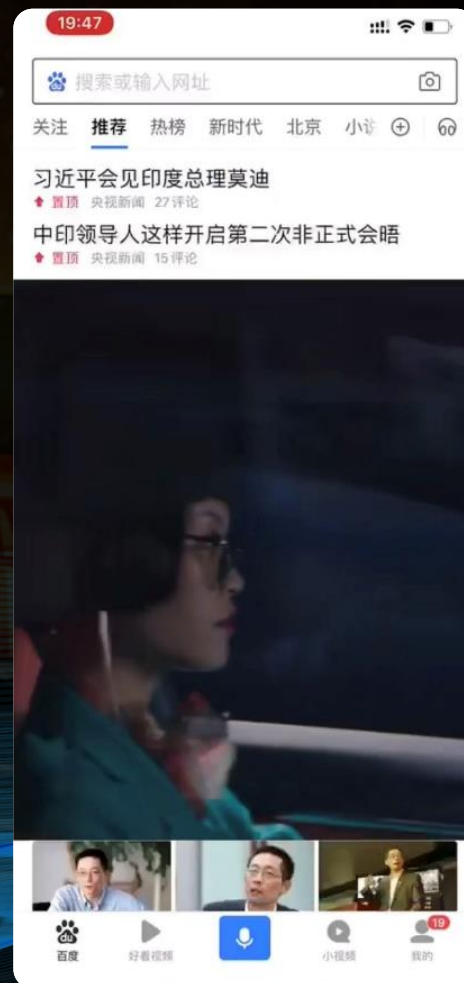
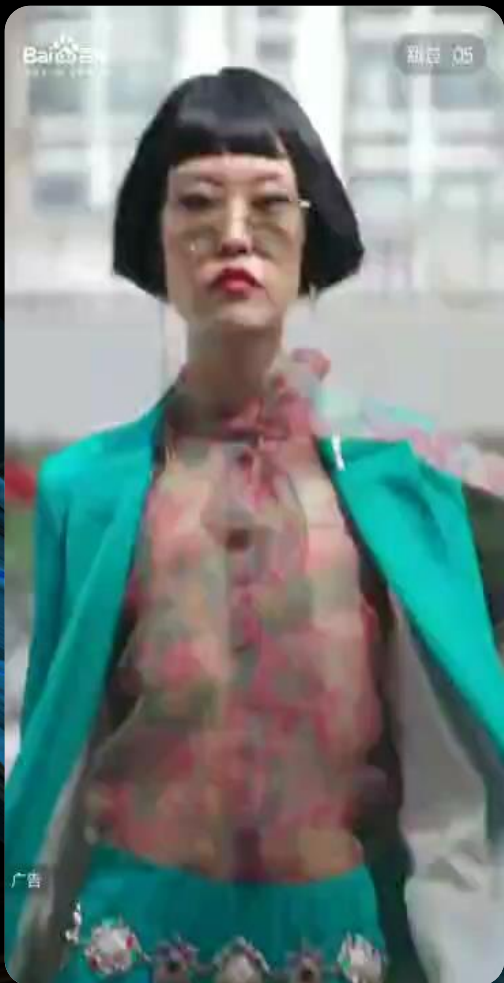
宝马X1上市 首发开屏+原生信息流IMPACT超级联动，大幅提升品牌互动率

看完开屏5S

播放转场动画

信息流广告续播

视频可播放



汽车行业品牌类营销：超级首发联动

沃尔沃XC40上市 首发开屏+原生信息流超级联动，打造信息闭环生态

好看视频动态开屏

百度APP动态开屏+原生GD联动



检索完竞品
看到手百开屏

看到手百开屏的人在看信息流的时候也能看到沃尔沃XC40的广告追踪

视频可播放

视频可播放

Baidu 百度
有事搜一搜 没事看一看

好看视频
分享美好 看见世界
百度出品

PART 4

百度汽车行业全链品牌类之 超强曝光

汽车行业品牌类营销：超级开屏（高级样式）

奔驰全车系百度APP开屏高级样式，全屏、视频互动样式



凤巢点击人群包

信息流浏览人群包

开屏点击人群追投包

关键字检索人群包

竞品检索人群包

LBS定向人群包

汽车行业人群包

游戏人群包

旅游人群包

飞机出行人群包

管理者和企业主人群众包

高端住宅人群包

世界500强员工人群包

金融行业人群包

.....

汽车行业品牌类营销：超级信息流（高级样式）

阿尔法罗密欧、北现、斯柯达、日产信息流强展现样式满足投放及用户互动需求

ALFA ROMEO信息流选项卡



北京现代信息流选项卡



斯柯达信息流-视频



斯柯达信息流-随心互动



视频可播放

日产信息流-随心互动

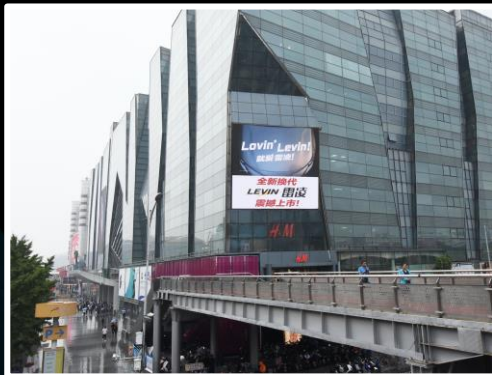


视频可播放

汽车行业品牌类营销：聚屏线下发布曝光

广汽丰田全新雷凌上市，线下聚屏最大化提升目标人群品牌声量

北京 西单大悦城



广州天河王丰大厦



重庆沙坪坝王府井



武汉汉商21世纪购物中心



江门中泰来酒店屏体



8大点位，北京、天津、重庆、广州、郑州、成都、武汉、江门（结合品牌主要推广地域、人群画像的地域、人群热力图表现，选择主要投放地域）

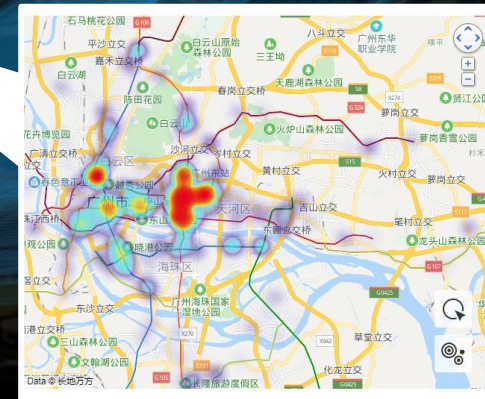
成都市 北城天街商贸大道大屏



天津南开大悦城



郑州王府井



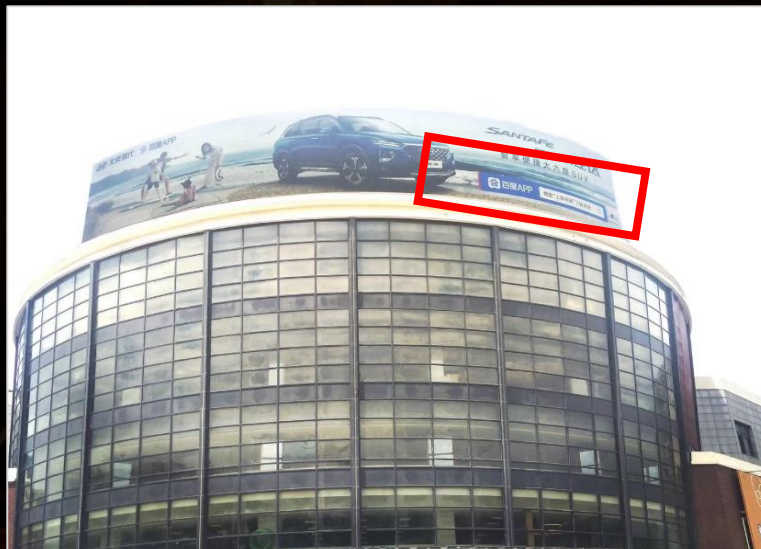
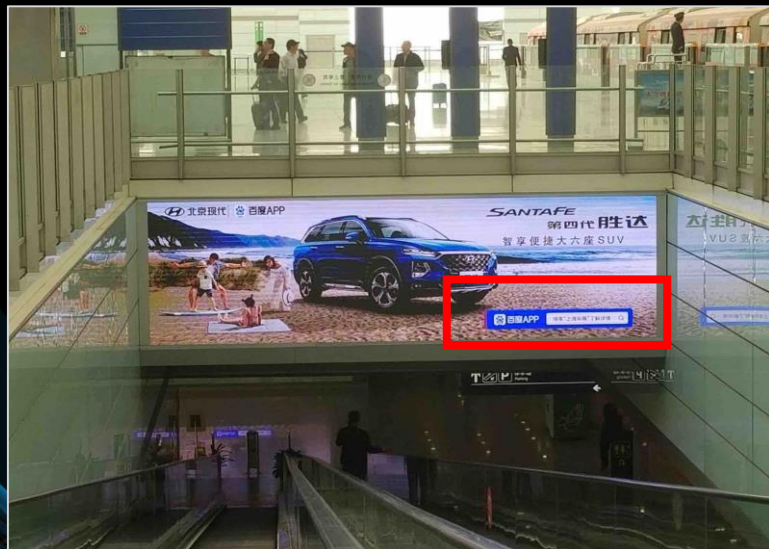
汽车行业品牌类营销：“纵横计划”组合式曝光

北京现代新车上市，巧妙利用线上线下资源，加入百度搜索框权益置换百度搜索优质资源

地铁灯箱

楼顶大牌

第三方媒体开屏



搜索关键词



指纹特效



黑洞特效



品专



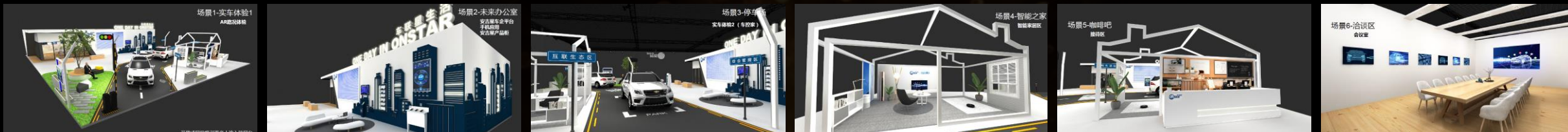
官网

PART 5

百度汽车行业全链品牌类之 超强内容

汽车行业品牌类营销：超级原生故事（图文）

安吉星“双展” 内容传播，汽车垂类&科技类配合车展专题



安吉星理念：倡导的回归本真的人文社区，一种最潮最IN的生活表达

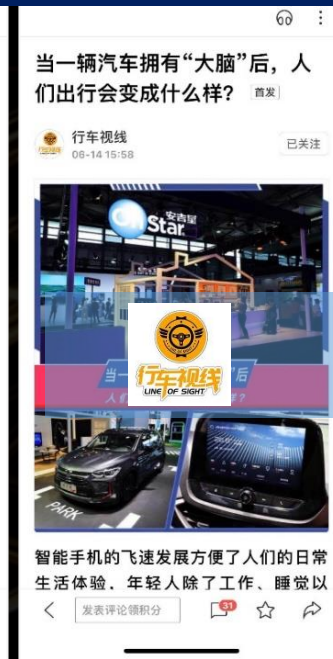
车展专题页、汽车频道、主Feed位



上海车展-百家号 闫闯说车、weINcar、极客公园



CESAisa-百家号 30秒懂车、行车视线



汽车行业品牌类营销：超级原生故事（视频）

沃尔沃S90雾霾环保主题，汽车垂类&健康类KOL圈层传播

LIFESTYLE MCN

Volvo X 有养 YOUYANG



视频可播放



搜索大咖说车（首位）

汽车MCN

Volvo X 超级试驾



视频可播放



汽车行业品牌类营销：超级原生征文内容

比亚迪全车系主题征文持续性内容露出



主题：
比亚迪全新宋MAX——酝酿
质变 大有可为
创作【比亚迪MAX】新车评
测文章，瓜分5万京东卡！



主题：
比亚迪秦Pro—创意征文
创作比亚迪秦Pro 燃油超能版
评测，瓜分5万大奖



主题：
比亚迪全新宋MAX——智造
爆款 斩获销冠
创作【比亚迪全新宋MAX】评
析文章，瓜分5万京东卡！



主题：
秦Pro-年轻人进阶之选
写秦Pro购选美文分5万大奖

信息流端分发

搜索端分发



PART 6

百度汽车行业全链品牌类之 超强创新

汽车行业品牌类营销：林肯飞行家地图案例

林肯飞行家在国庆期间与百度地图合作，将车主大数据和地图导航贯穿前后序投放



百度地图开屏



百度地图车主大数据



地图导航 星标之旅



百度APP开屏



原生信息流-幻灯片



林肯品牌小程序



车主大数据社交分享

汽车行业品牌类内容营销：沃尔沃AR任意门创新项目

沃尔沃S90结合AR产品，实现穿越的用户体验，传递沃尔沃的空气净化系统Clean Zone

视频可播放



参加AR互动

百度内直接调用AR

AR互动

360互动

留资

汽车行业品牌类内容营销：雪佛兰x迪士尼920创新案例

上汽通用雪佛兰携手迪士尼，以亲情为触点在920为父母办一场银发婚礼

活动介绍 -> 上传图片

人脸识别 -> 人脸融合 -> 人脸美颜

心路故事 -> 线索留咨



手百-活动小程序 承载整个线上活动流程

广告主campaign投放

- 通过OMNI人群分析，定向精准圈选受众
- 手百开屏点击率：6%
- 整体活动浏览量：245w+
- 整体活动消费：60w

广告主campaign效果数据

- 整体活动平均停留时间：114秒
- 整体活动成功合成图像数量：2900+张
- 活动符合条件（即现场参加婚礼）的用户数：342组

扫码体验小程序



百度APP开屏
观星盘人群定向

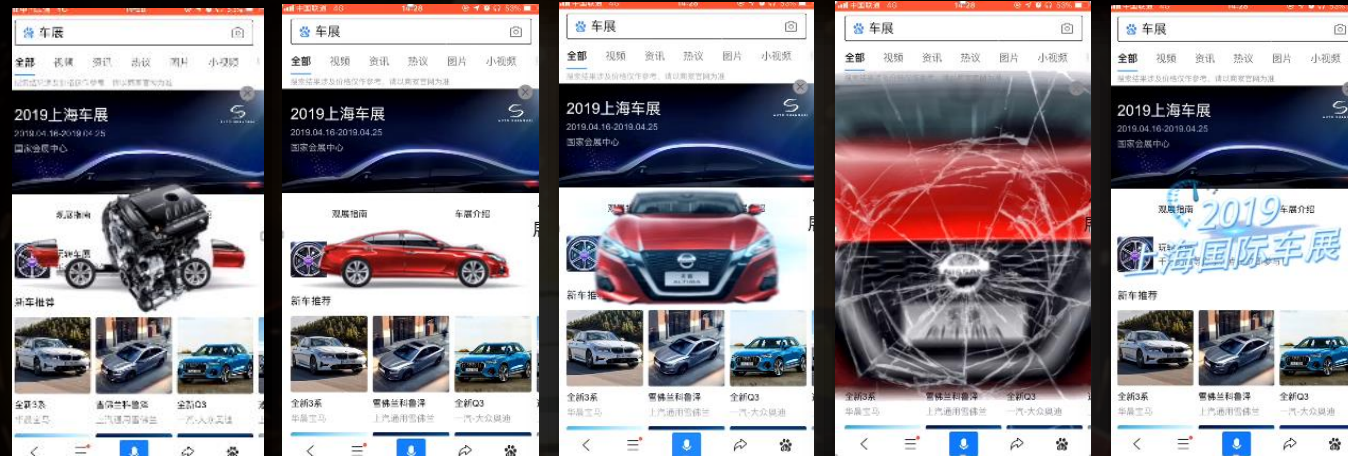
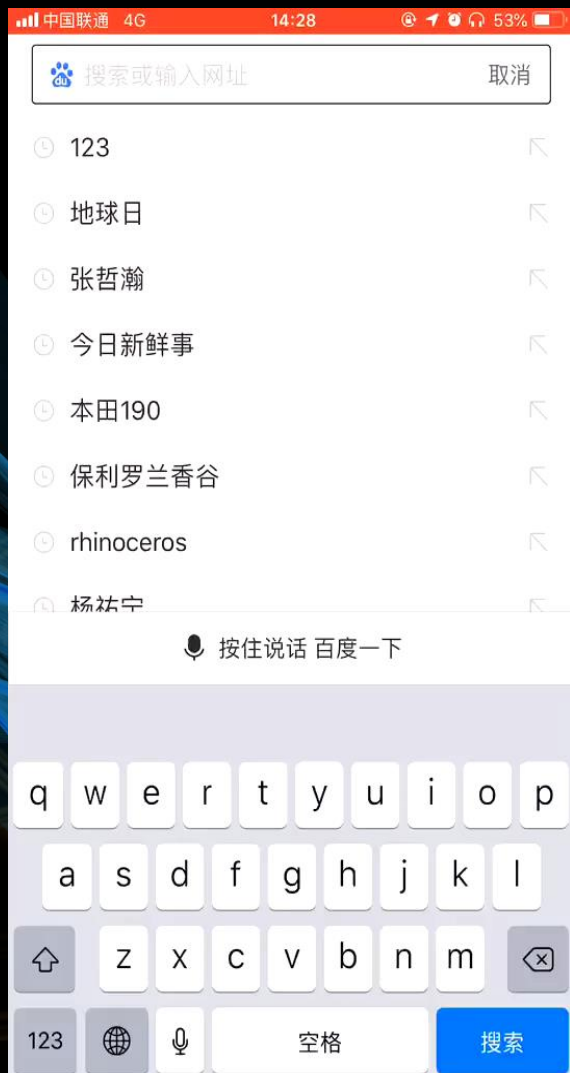
PART 7

百度汽车行业全链品牌类之 超强事件

事件营销类案例：日产上海车展彩蛋&AR LOGO案例

日产在上海车展主题日搜索彩蛋曝光+AR扫LOGO互动合作

借势车展热度，锁定百度搜索“车展”流量，为天籁定制炫酷动态彩蛋，吸引用户关注，实现强曝光展现



整体曝光：2.8亿+
AR互动：18万+

打开手机摄像头
AR扫车标



手机打开百度APP，AR识别日产标志五大礼金
一扫即得！购车礼金、用车礼金、保车礼金、
贷车礼金、换车礼金。



触发AR

领取
优惠



优惠页

视频可播放

事件营销类案例：长城哈弗广州车展整合营销

长城哈弗广州车展多维度精准曝光，非标创新合作



合作目的

- 助力长城哈弗系列车型2019广州车展1050余款参展车型中脱颖而出
- 强化长城哈弗品牌车型年轻化、智能化的科技魅力卖点
- 扩大市场品牌好感度

长城哈弗x广州车展 从“精准集客”到“高效转化”

百度N.E.X.T.全链AI营销解决方案



认知
Awareness

行动
Action/Loyalty

消费者决策路径

意图
Interest/Intent

生态布局

生态布局

体验池 (X)

资产池 (E)

激发池 (N)

提升哈弗品牌影响力

提升哈弗品牌转化率

品牌营销

效果营销

提升哈弗品牌偏好度

内容营销

工具池 (T)

4大稀缺资源汇聚车展人气
并激发车展用户需求
百度开屏 / 大搜彩蛋 / 搜索框下
TIPS / 手百主FEED

金牌资源整合联映+百度汽车频道霸
屏推荐
首页icon / 福利中心 / 端下banner / 搜索
词预置 / 车展游戏

植根车展阅读场景 自然触动目标受众
+ 裂变传播吸引更多的TA
视频直播 / 原生图文 / 原生故事 / 百
度汽车频道霸屏推荐

“搜+推” 开启流量共振模式
参展车型+车展热词联动投放

凤巢
RTB一站式投放平台

观星盘

车展哈弗品牌资产沉淀
用户浏览、互动、分享、消费等营销数据

顶级资源汇聚车展人气 激发车展用户需求



参展车型+车展热词联动投放

绝版资源+级曝光辐射百度全域目标用户

2.88亿
曝光量

金牌运营资源联映 打造现象级传播



百度APP首页icon入口



百度App活动中心



Wise端搜索词预置

1200万
曝光量

车展首开日联映霸流

百度汽车频道霸屏推荐 内容聚合精准辐射车友人群



汽车频道推荐金刚位+焦点图



车展专题第四轮播焦点图



车展专题热门话题封面



车展话题讨论页



新车抢先看-内容聚合页

有驾
1106万
曝光量

自研试驾类体验小游戏 激发裂变传播效应

提升车展用户对长城哈弗品牌偏好度

触达

体验

粘性

传播



手百开屏试驾游戏



试驾类小游戏界面



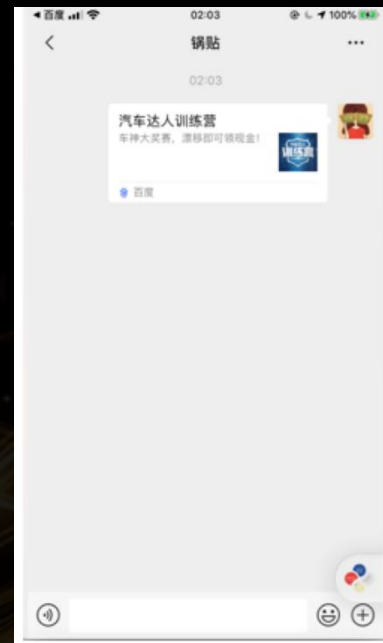
游戏任务



游戏任务



现金奖励提取



游戏裂变传播

2707万
曝光量

18%
互动率

植根车展阅读场景 自然触动目标受众

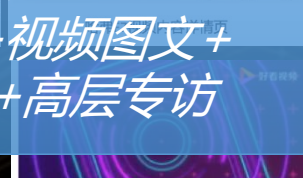
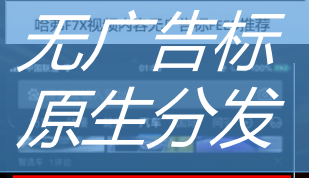
提升长城哈弗品牌偏好度

广告即内容
无广告标
原生分发

1522万曝光量
60.1万观看

形式多样

视频直播+视频图文+
原生故事+高层专访



多元化互动 打造全链路营销闭环

提升长城哈弗品牌转化率

流量收割

流量沉淀

效果转化

SEM

品牌专区

原生信息流

搜索用户场景+咨询阅场景+体验互动场景



哈弗F7落地页



哈弗H6落地页

7% CPC降低 ↓

2% CTR提升 ↑

事件营销类案例：百度首届线上云车展

看车-聊车-选车-买车，汇集六大核心活动强化效果

全民云车展 有驾有低价

满足用户多重需求，引爆全情参与！

云购车

《我AI幸运抽》

用户进入活动获得抽奖机会，
点击抽取中奖码，当日开奖

好友助力

抽

10个万元XX购车基金

立即参与

XX专场红包雨

抢

800万红包雨

立即开抢

云购车

《我AI红包雨》

用户每进入活动1次即可参与1次
抢红包雨，每日3次红包雨

云发布

《我AI大咖星推官》

明星&汽车KOL联动直播卖车
每日1小时在线直播卖车发券

2323万人观看
大咖星推官
闫 闯

限时 送 20000元购车券

立即观看

<XXX品牌日> <XXX品牌日> <XXX品牌日>

XX超级品牌日

XX品牌馆

立即参观

享

1000元独家优惠券

立即领取

云看车+云购车

《我AI大牌超级品牌馆》

独家品牌馆+领独家优惠
看品牌热销车

云看车

《我AI云测评》

惊喜大礼为IPHONE11，共10个
IPHONE藏于视频内容中，在看视频
过程中随机出现，购车可兑换



看大咖辣评
找 100个iPhone11Pro

云看车

《我AI云看车》

用户在购车节主页面点击VR看车，
即可360°围观车型，并可在页面中
填写表单，完成购买

*详情请参考2020百度首届云车展招商方案

汽车行业品牌营销全链AI总览图

CAMPAIGN导向

ALWAYS-ON常规

新车发布

海量精准曝光，激发用户产生兴趣

常规-车型促销

线索收集，提高购车转化

常规-品牌公关

口碑传播，深度体验，提升好感

超级首发

展示类+观星盘

AI创新

搜索+信息流（高级样式）

KOL合作+活动联运

Co-branding纵横计划+事件营销

“搜+推”生态运营构建

原生征文内容长期分发

激发池(N)+体验池(X)

资产池(E)+工作台(T)

搜索-品牌阵地

核心类：品牌专区MAX/线上展厅/

核心相关类：小程序定制、LBS附近4S店

核心寻址类：地图POI点+内页小程序挂载

信息流-品牌百家号

常规类：公司动态、热点新闻内容

CAMPAIGN类：车型推广内容合作

CAMPAIGN类：内容文章内+小程序挂载

小程序矩阵

用户沉淀：新车发布、官方信息关注

用户唤醒：信息流原生内容PUSH

商流量营

公域运营

私域运营

参与答题互动，可以抽奖哦！哒哒~

抽奖规则：

主播倒数3秒开始后，大家通过弹幕发送问题答案，会在回答正确的同学中抽取一名幸运观众！切勿提前作答哟~

- ✓ 主播会在**回答正确**的同学中随机抽取一名，并公布
- ✓ 此答题环节共将进行三次，共计抽取三名获奖同学

领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的三位同学取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“交换的寂寞” “Andyhu0102” 3月10日中奖的“网络砖家号”三位同学回复私信信息，领取奖品~

Round 1



第一道题，参与答题互动，可以抽奖哦！哒哒~

#1

（多选题）在开始时，我提到了汽车的全链AI营销的形式，哪些是正确的：

- W. 产品全链
- X. 创意全链
- Y. 数据全链
- Z. 战略全链。

参与答题互动，可以抽奖哦！哒哒~

抽奖规则：

主播倒数3秒开始后，大家通过弹幕发送问题答案，会在回答正确的同学中抽取一名幸运观众！切勿提前作答哟~

- ✓ 主播会在**回答正确**的同学中随机抽取一名，并公布
- ✓ 此答题环节共将进行三次，共计抽取三名获奖同学

领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的三位同学取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“交换的寂寞” “Andyhu0102” 3月10日中奖的“网络砖家号”三位同学回复私信信息，领取奖品~

Round 2



第二道题，参与答题互动，可以抽奖哦！哒哒~

#2

（多选题）汽车全链AI营销全景图的场景里，有以下哪些模块？

- G. 新车推广
- H. 常规推广
- I. 品牌公关
- J. 二手车推广
- K. 品牌阵地

参与答题互动，可以抽奖哦！哒哒~

抽奖规则：

主播倒数3秒开始后，大家通过弹幕发送问题答案，会在回答正确的同学中抽取一名幸运观众！切勿提前作答哟~

- ✓ 主播会在**回答正确**的同学中随机抽取一名，并公布
- ✓ 此答题环节共将进行三次，共计抽取三名获奖同学

领奖方式：

在直播结束后，由**百度营销中心官方百家号**，以私信的形式与获奖的三位同学取得联系并发放奖品，请获奖同学随时关注**私信信息**，千万不要错过哦！

另：请2月28日中奖的“交换的寂寞” “Andyhu0102” 3月10日中奖的“网络砖家号”三位同学回复私信信息，领取奖品~



第三道题，参与答题互动，可以抽奖哦！哒哒~

#3

（多选题）以下哪些属于百度营销的私域运营产品？

- B. 关键词推广
- C. 百家号
- D. 基木鱼托管页
- E. 小程序
- F. 原生信息流

百度营销系列直播课程下期预告

下节课预告

本【周四】（ 3月19日 ）晚8点开播

本周预告课程	时间
《内容营销通案》 - 侯丹阳	周四（ 3/19 ）

**欢迎同学们互相转达！
每周二四晚，不见不散！**



1. 请扫描二维码，完成本次课程的满意度调研
2. 直播录像回放和材料获取，请登录营销中心内训平台获取(yingxiao.baidu.com)
3. 申请成为主播，请发需求邮件到：
renzheng@baidu.com