

车辆平台行业营销解决方案



百度·商业垂类业务部
2020.03



CONTENTS

1

行业趋势分析

2

投放指导

3

行业案例

行业分析：增量市场大盘流量稳定，头部客户竞争加剧追求效果

第一部分

市场：增量市场但增速放缓，行业玩家众多且竞争加剧，逐渐进入洗牌期

2019年全国新车、二手车累计交易量分别为**2576.9万辆**和**1492.28万辆**，新车同比**下降7.5%**，二手车同比**增长7.96%**，增速同比2018年均有所回落。

汽车垂类平台寡头竞争博弈

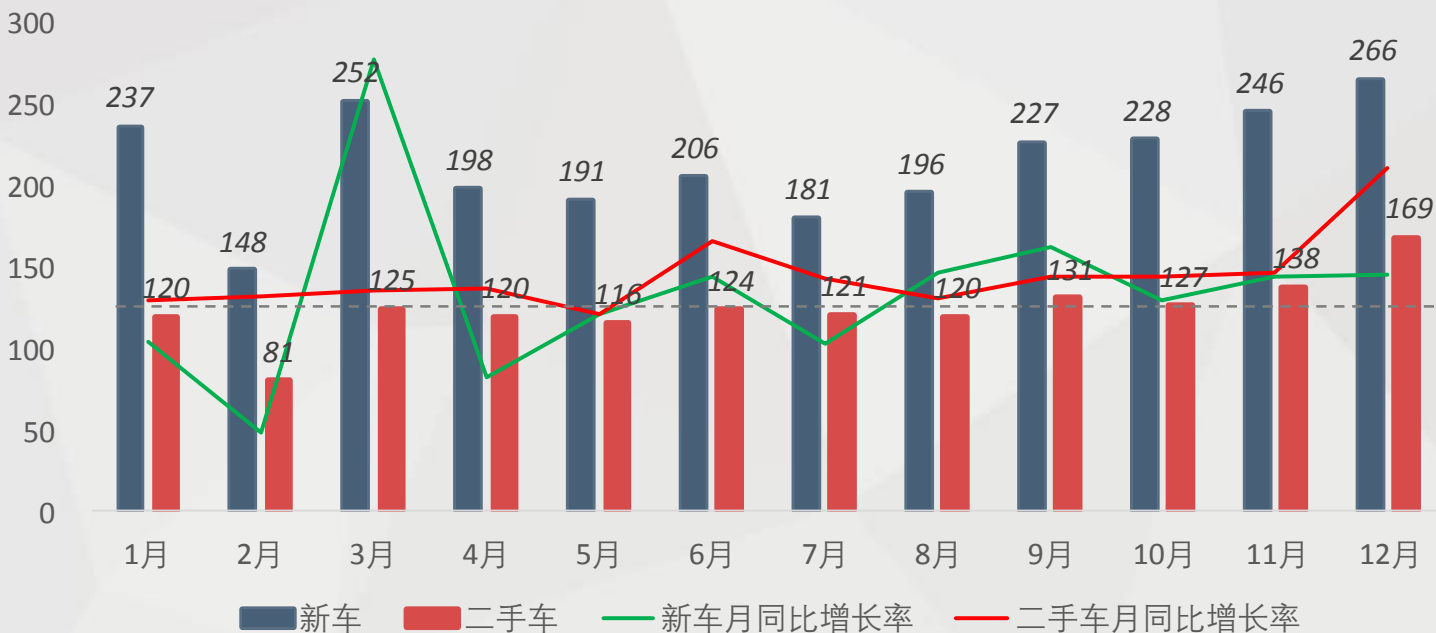
(1300w DAU) (280w DAU) (220w DAU)



懂车帝

...

2019年1月-12月全国新车二手车月度交易量情况



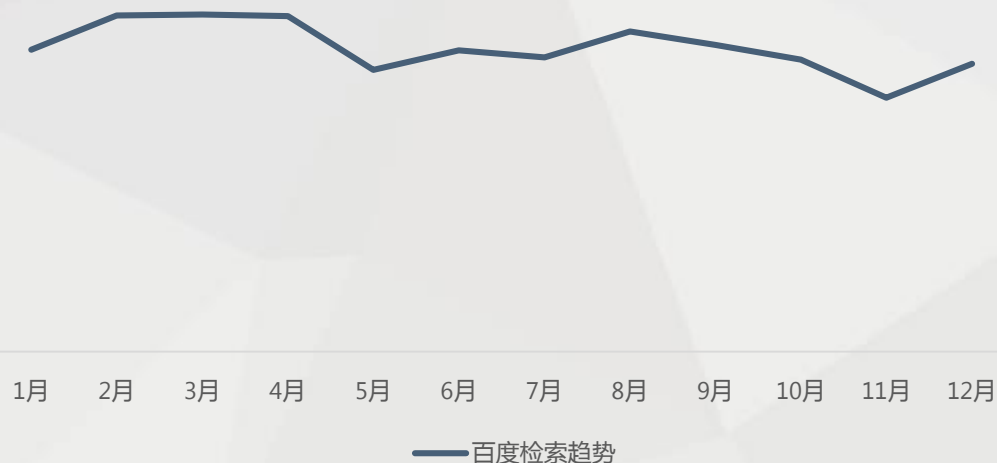
二手车细分领域玩家层出不穷



流量：百度流量稳定且投放获量环境相对宽松

用户需求检索量分析：一季度网民检索需求旺盛，可增加市场投放预算，与成交量交叉比较，上半年旺季在3-4月来临（受一季度新车集中发布等因素影响），且广告千次展现成本相对处于波谷，可快速获量。

2019年车辆平台行业用户需求检索趋势



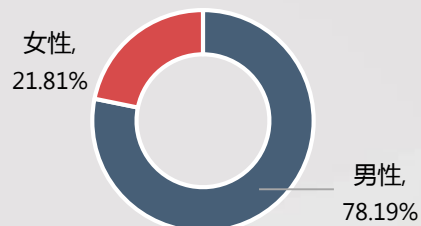
2019年车辆平台行业广告主信息流CPM趋势



潜在用户：人群画像--精准定向触达、购车渠道影响因素--创意突出品牌

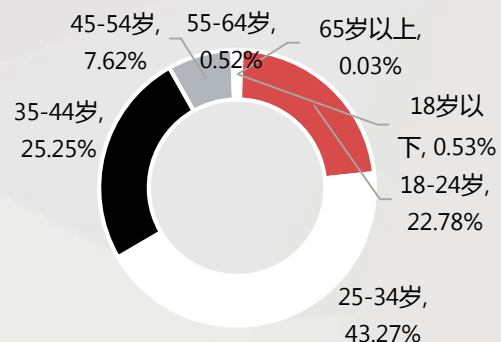
车辆平台潜在用户集中在二三四线城市，25岁以上男性当中，且更多关注平台的口碑信誉

潜在用户性别占比



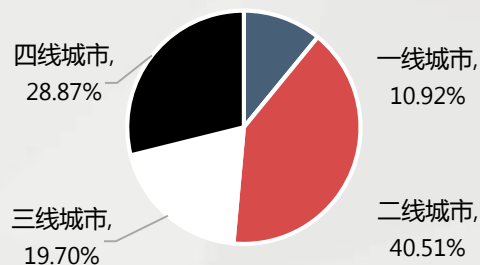
偏好汽车平台类APP和线上填写销售线索的用户男性为主；

潜在用户年龄分布



偏好汽车平台类APP和线上填写销售线索的用户年龄集中在25-45岁之间；

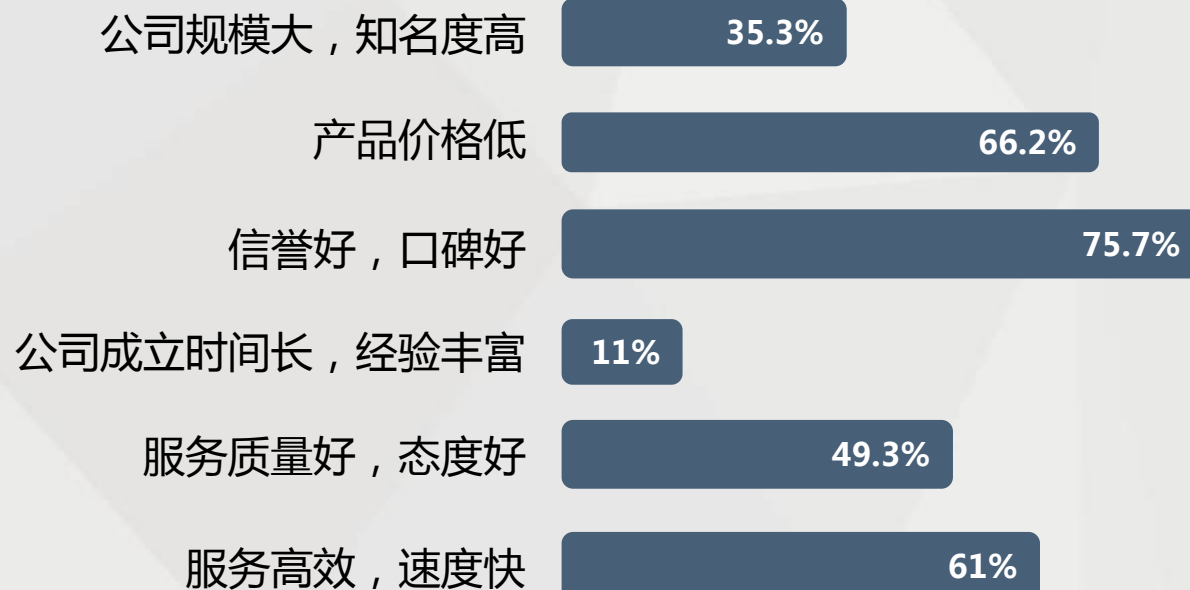
潜在用户城市分布



偏好汽车平台类APP和线上填写销售线索的用户多在二线、三线和四线城市；

数据来源：百度汽车人群画像

消费者购车选择平台的主要看重因素



数据来源：艾瑞研究院线下调研报告，N=136



典型投放诉求：获取优质潜在意向人群，严格考核转化效果

➤ 新车平台



客户诉求

- 1.更为关注：App激活成本
- 2.拓展强需求用户，留存在APP端做私域流量

解决方案

产品组合：流量+定向+出价+创意
凤巢ocpx+动态商品库+强样式下载

➤ 二手车平台



客户诉求

- 1.更为关注：线索收集成本
- 2.获取意图明确的交易用户，销售促成转化

解决方案

产品组合：定向+出价+创意
凤巢&原生ocpx+闪投+动态落地页

投放指导：理解产品核心能力，根据行业特性建立投放组合

第二部分

流量：组合“效果+品牌”资源的产品矩阵，多维度触达潜在人群

流量

定向

出价

创意

必买流量：定向投放满足用户需求的商业流量



搜索广告

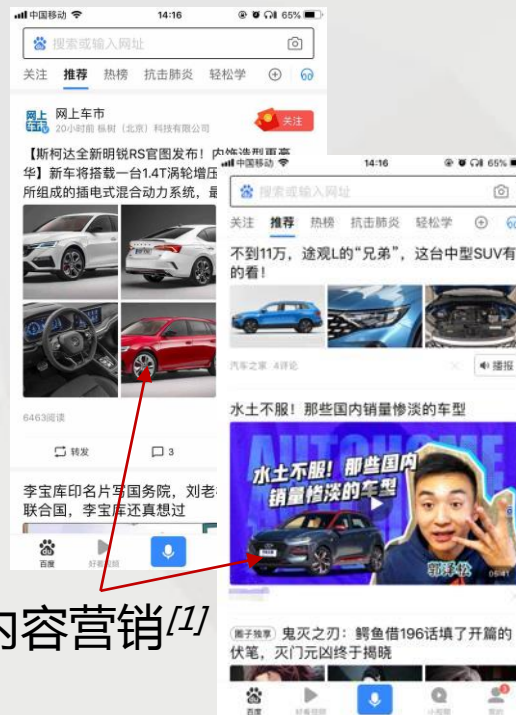


信息流广告



品牌广告

新增量：基于内容分发至精准人群，拓展用户流量



内容营销[1]



达人[2]
软植互选

[1]内容营销：产品线”原生征文&百家号达人”，慧合平台选择内容营销，找相应资源；
[2]软植互选：产品线”原生-合约-软植互选”：开原生智选账户，走原生资金池；

■ 定向：追求效果的精准定向以词为主，拓量期可用兴趣、人群等手段辅助

流量

定向

出价

创意

TOP1
流量占比45%

平台寻址词

品牌&车系&车型词组合投放

TOP2
流量占比23%

汽车品牌词

TOP3
流量占比13%

车系词

TOP4
流量占比8%

车型词

匹配升级
人群覆盖

搜索推广：新匹配

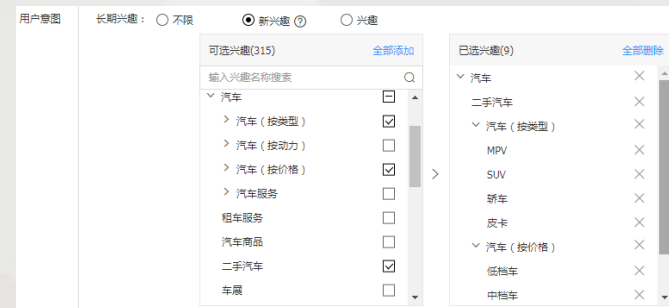
精准匹配

短语匹配

智能匹配

智能匹配-核心词

信息流推广：新兴趣



搜索推广：搜索词



信息流推广：意图词

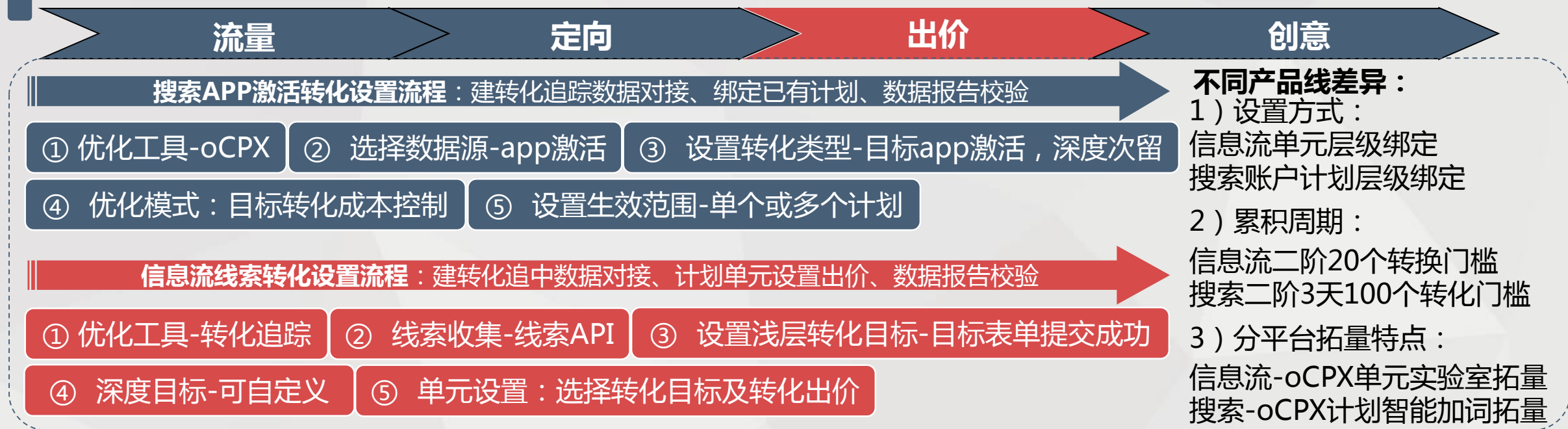


搜索推广：行业定投



信息流推广：人群包

■ 出价：首选oCPX投放，结合监测追踪针对转化目标，智能化自动化调优



oCPX共性：

- 1) 按转化出价，通过模型自动优化成本，并针对目标人群合理拓量；
- 2) 第一阶段转化数据积累，第二阶段模型优化成本扩量；
- 3) 均支持双出价，优化深层成本；

oCPX出价方式	溢价方式	溢价约束	出价信号	数据连续性
单出价	系统主动溢价	一层	仅有浅层	数据断层：展现-点击-激活/表单提交成功
双出价	期望客户主动提浅层转化出价	两层	浅层+深度	数据连续：展现-点击-激活/表单提交成功-次留/自定义

创意：明确投放目标，增加创意组件的高级样式配合相应的落地页模板

流量

定向

出价

创意

2020年看车买车神器！更多汽车资讯一键查看



自定义视频下载样式

大批新车进入地域，4千起开走，更多好车等你来选！



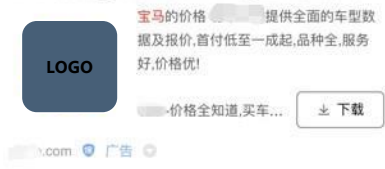
程序化大图下载样式

北京宝马X5底价曝光，限时优惠，一键咨询，再不动就没有啦！



程序化三图样式

宝马的价格_买车上_低价好车任你...



图文下载高级样式

【本地】本地优质二手车_二手车中“严选”...

本月397人已申请相关服务... 二手车交易平台, 免费上门评估, 高价收购入口, 好车卖好价, 个人与个人直接交易, 透明无差价...



图文线索高级样式

- 物料样式：善用下载、线索等组件，推荐程序化创意、商品广告样式，增强表现力
- 落地页模板：突出自身品牌，强转化按钮引导，落地页呈现内容与投放物料一致
- 创意层面：突出品牌、价格等要素，例【xx品牌】优质二手车、落地页增加Logo样式



下载落地页模板



线索落地页模板



活动落地页模板

高阶玩法：商品广告投放发挥车型库优势，建立需求从搜索到满足的体验

搭建商品库

拓词定向

商品通配符文案+车型库商品素材

落地页联动创意吸引转换

➤ 针对有大量的商品或服务内容的客户，动态商品广告投放可以有效节省人力成本，充分利用商品信息定向精准人群促成转化

① 商品库搭建

登录<http://product.baidu.com>，可开发API对接、根据模板录入xml/cvs 文件、excel手工录入

② 商品定向方式

➤ 根据需求可选择：填写意图词、商品意图词模板、意图词包、商品匹配

以信息流推广为例

③ 商品动态创意优化

➤ 利用车辆商品丰富创意文案和图片，可插入通配符或推荐商品图片

以信息流推广为例

④ 商品动态落地页

➤ 商品动态落地页承载对应的商品内容，保持与定向、创意的体验一致性

以信息流推广为例

行业案例：在优化各阶段不同考核目标的账户投放参考

第三部分

APP下载-某新车平台：快速优化下载成本，后期持续拓量

客户基本情况

XX车辆资讯平台是国内领先的新车平台，当前主要需求是拓展高质用户完成App激活，提高日活和留存，建立私域流量。

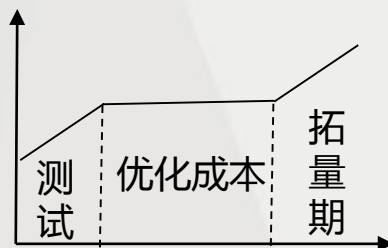
客户漏斗过滤

高潜客户
核心客户

目标用户画像
年龄：18~55岁，80、90后为主
性别：男性80%，女性20%
职业：白领、个体户、蓝领等
兴趣：金服、房产、游戏等

投放目标数据

测试预算：5k以内
目标预算：4w+



参考投放组合

- 控成本：关键词+ocpc+基础or高级创意
- 拓流量：商品广告定向+ocpc+&基础&高级创意or商品广告创意

优化后效果：转化成本-34%，点击率+12%，转化率+23%

推广策略

词定向的策略

品牌词-智能匹配-核心词
车型词-智能or短语匹配
车系词-智能or短语匹配
相关属性词：短语匹配

品牌词：宝马、奔驰等
车型词：SUV、皮卡等
车系词：宝马5系等
相关属性词：xx车图片、xx车价格、xx车油耗

定向扩量的策略

商品广告定向：汽车
商品库拓相关词

如：车品牌商品组、车价格商品组、车型号商品组等等

创意投放策略

文案：地域+车型、车系+价格、性能的组合，突出业务点以及产品优势；

宝马3 2020全新车型资讯_尽在...
最近2分钟前有人下载
口碑选车,海量资讯,车型大全,查宝马3,你的全能车管家!

样式选择策略

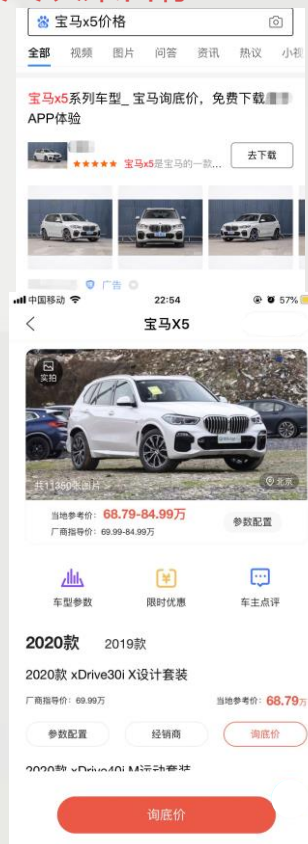
基础创意：文字链
高级创意：下载类图文

宝马的价格_买车上..._低价好车任你...
宝马的价格...提供全面的车型数据及报价,首付低至一成起,品种全,服务好,价格优!
价格全知道,买车... 下载

*加组件高级创意CTR更高

动态商品广告

结构化信息前置，通过下载激活后的指定页面调起，快速直达用户的最终决策目标



销售线索-某二手车平台：尝试多种产品能力组合，平衡线索成本；

客户基本情况

XX二手车是国内领先的二手车平台，当前主要需求是获取客户的销售线索，降低转化成本，拓展投放量级。

客户漏斗过滤

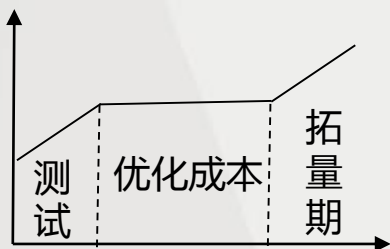
高潜客户
核心客户

目标用户画像

年龄：18~55岁，80后为主；
性别：男性85%，女性15%；
职业：公司白领、蓝领工人；
人生阶段：家有小学生为主；

投放目标数据

测试预算：3k~4k
目标预算：2w+



参考投放组合

- 控成本：关键词+手百列表页&详情页+ocpc+自定义大图&三图&视频
- 拓流量：兴趣or商品广告定向+优选+ocpc+程序化大图&三图&横版视频or商品广告创意大图&三图
- 优化后效果：转化成本-23%，点击率+18%，转化率+17%

推广策略

➤ 词定向的策略

车相关：车型、车系+
价格、性能、图片等
交易相关：竞品的品牌
词、汽车分期抵押等

如：10万左右买什么车好
二手suv销量排行
大众汽车报价及图片

➤ 定向扩量的策略

选择新兴趣定向标
签，勾选三级标签

如：汽车按类型-全选、
按动力-全选、按价格-
全选及二手车全选
汽车金融-二手车抵押、
购车贷款
房产-二手房、新房交易

➤ 创意投放策略

文案：地域+车型、车
系+价格、性能的组合
物料：品质较好的爆款
车系、增加真人出境提
高可信度，激发型广告

再也不用挤公交，地域 荣威i5 8000元开回家，看看你适合开什么车



➤ 样式选择策略

程序化：大图、三图、
单图、横版视频
自定义：大图、三图、
视频

地域 开一辆全新的本田XRV需要多少钱？
比你想象的要便宜，点击询价



➤ 动态商品广告

商品广告定向：汽车商
品库拓关键词
商品广告创意：文案加
商品通配符，以大图、
三图为主
落地页内容联动定向、
创意，体验更佳

2018新款(马自达CX-5)，限时优惠，直击全国最低价，一键询价！



广告

单品

THANK YOU

百度·商业垂类业务部
2020.03