

东风日产奇骏 智能营销

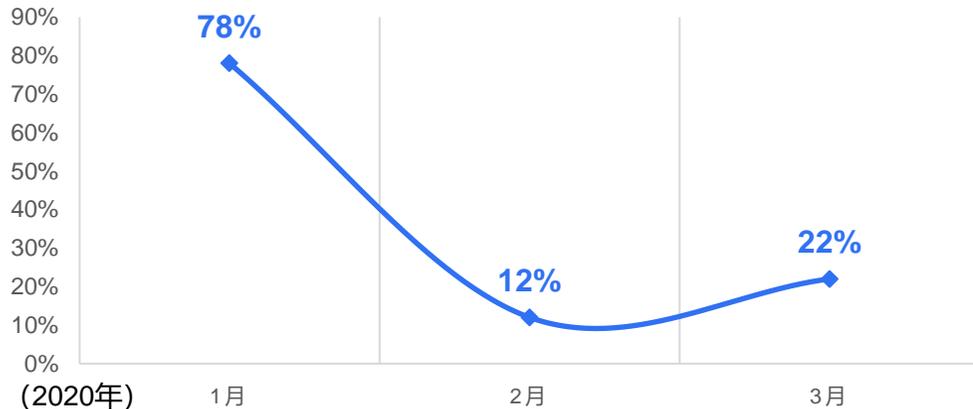
- ◆ 所属行业：汽车行业
- ◆ 执行时间：2020.03.18-05.17
- ◆ 参选类别：大数据营销类

背景：疫情期间，奇骏用户到店受阻及竞品强势抢夺

东风日产奇骏是中国车市紧凑级SUV的经典车型，长期占据细分市场前三地位。2020年开年伊始，受制于疫情影响，线下用户到店率从疫情前78%，跌落到疫情后3月份的22%，靠线下门店收集潜在客户已经举步维艰，而竞品RAV4及皓影更新换代上市，对奇骏形成强势抢夺。

疫情期间，用户到店受阻

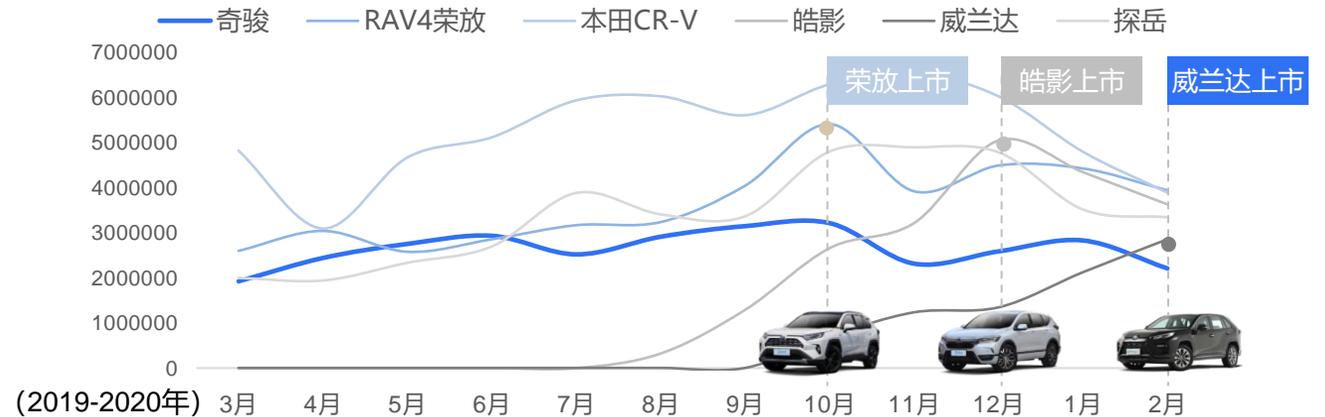
奇骏到店率



数据来源：第三方代理公司调研
数据类型：4S店消费者到店率
数据有效时间：2020.1.1-2020.3.31

竞品强势抢夺

奇骏及竞品关注走势



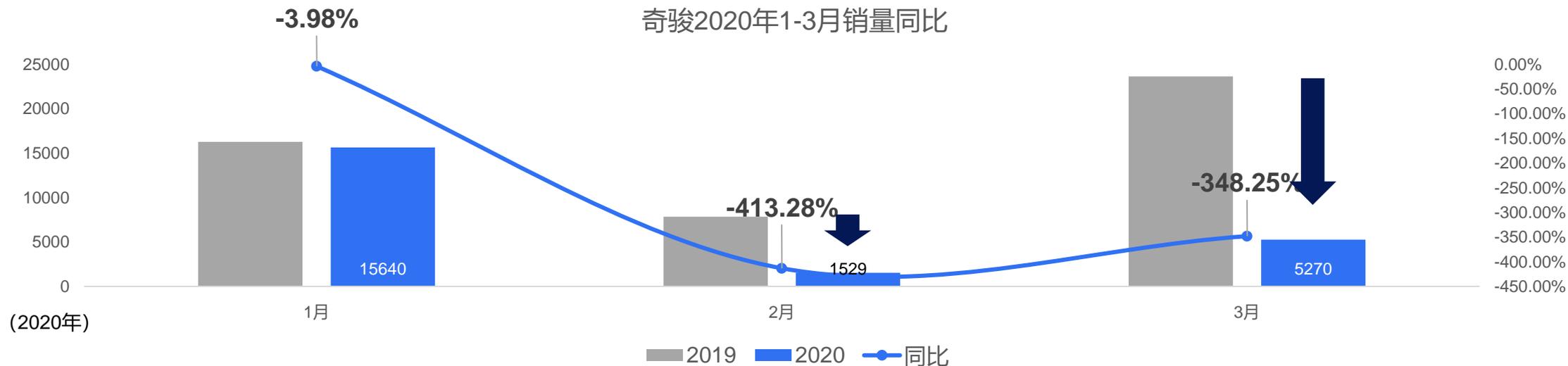
数据来源：第三方代理公司调研
数据类型：产品关注度走势
数据有效时间：2019.3-2020.2

背景：奇骏终端销量受到极大冲击

到店受阻+竞品抢夺双重挑战下，奇骏1月销量下跌近4%，加上国内疫情爆发，3月销量仅5000余辆。

终端销量受到极大冲击

奇骏2020年1-3月销量同比



数据来源：第三方代理公司调研
数据类型：4S店消费者到店率
数据有效时间：2020.1.1-2020.3.31

疫情期间，用户到店受阻

竞品强势抢夺

终端销量受到极大冲击

总目标

车型销量重回正轨

恢复至1月正常水平

目标分解1

1. 关注提升，销量引流

目标分解2

2. 线索提效，销量蓄势

人群洞察

用户行为差异大，但其行为轨迹关键触点有迹可循

用户行为轨迹关键触点
有迹可循

行为浓度较低，决策时间较短，浏览行为大量集中于本品

行为浓度较低，决策时间较短，浏览行为在本竞品间均衡分布

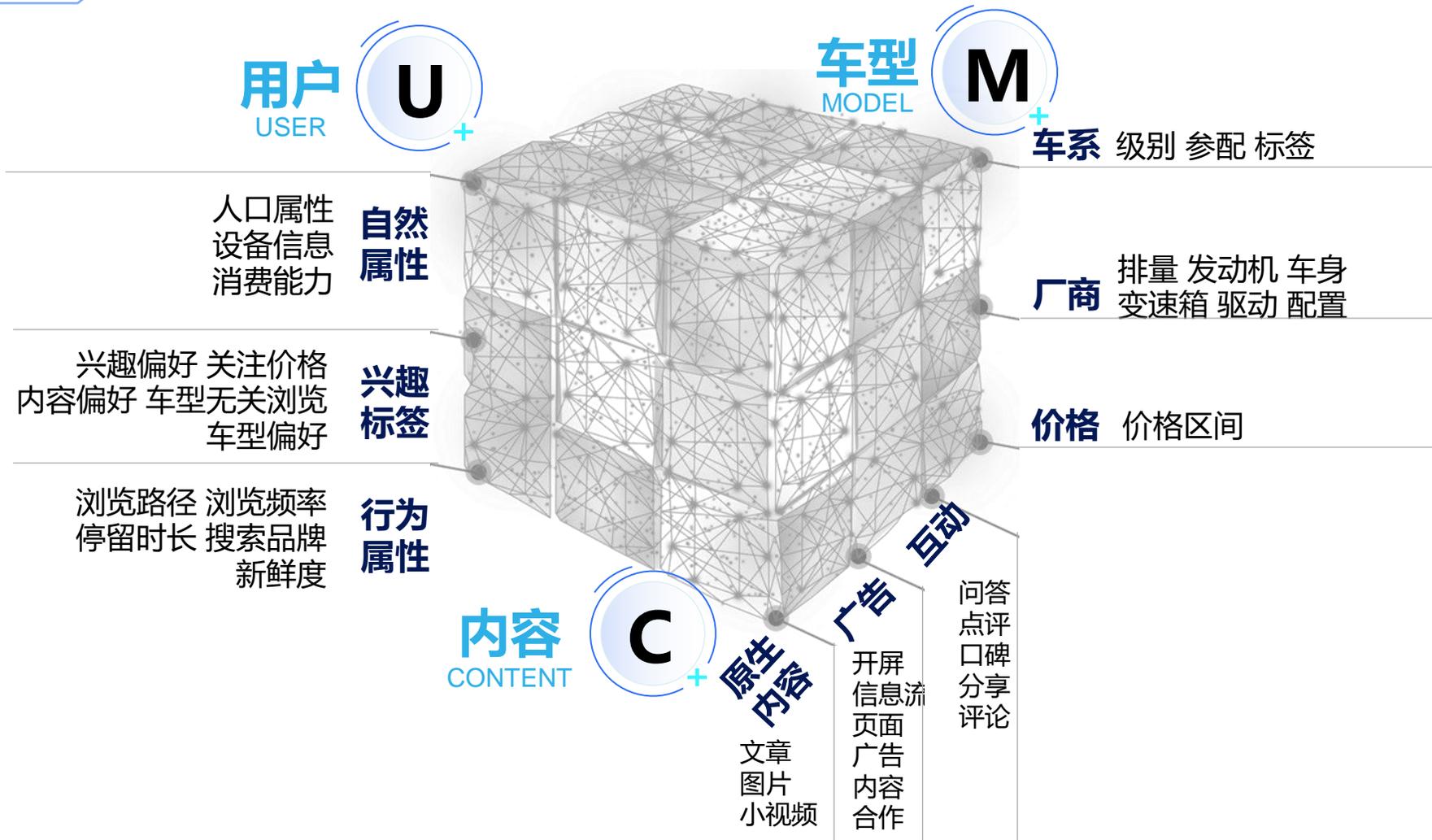
行为浓度较高，决策时间较长，浏览行为大量集中于本品

行为浓度较低，决策时间较短，浏览行为在本竞品间均衡分布

用户浏览行为在不同级别、不同价区间跳转，无显著规律

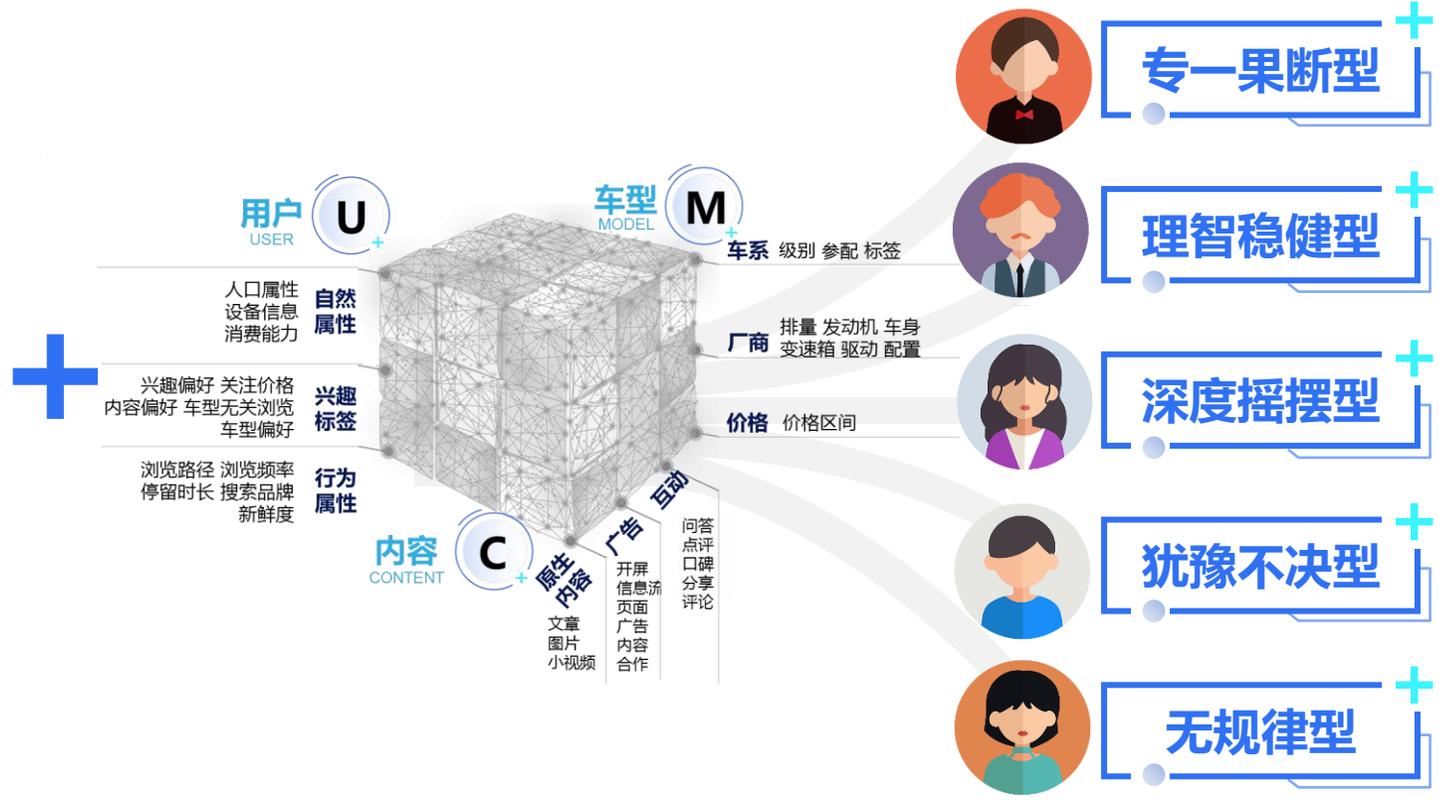
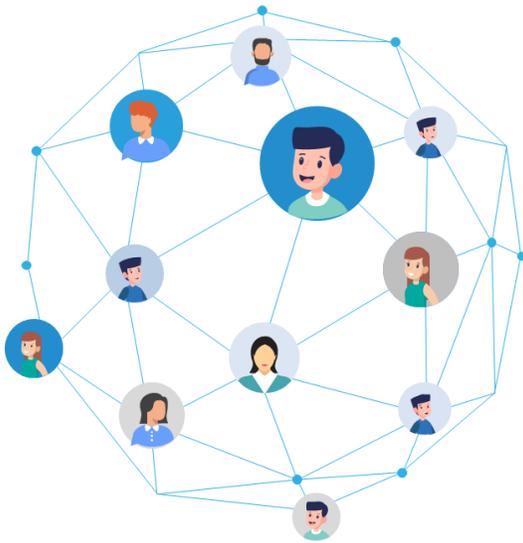
媒介洞察

易车UCM数据魔方，拥有深度用户行为高维数据模型



营销洞察

基于UCM大数据模型，把用户划分为五类特征人群： 专一 / 稳健 / 摇摆 / 犹豫 / 无规律



营销策略：DITI 四步曲搭建AI用户转化轨迹模型

D 前期探侦

etect

基于已有内容侦探用户行为路径



I UCM 分群

temize

AI技术搭建五类用户模型



T 智能寻迹

race

瞄准用户模型拟定投放策略
适配智能转化方案



I 迭代提效

terate

前测+后证
数据监控反馈, 策略动态调整

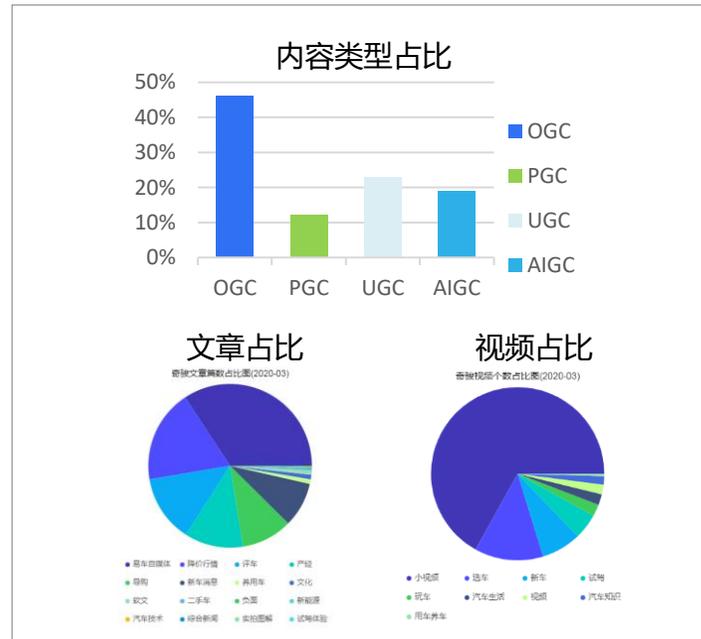


初始内容探侦用户行为路径，调整修正推荐算法

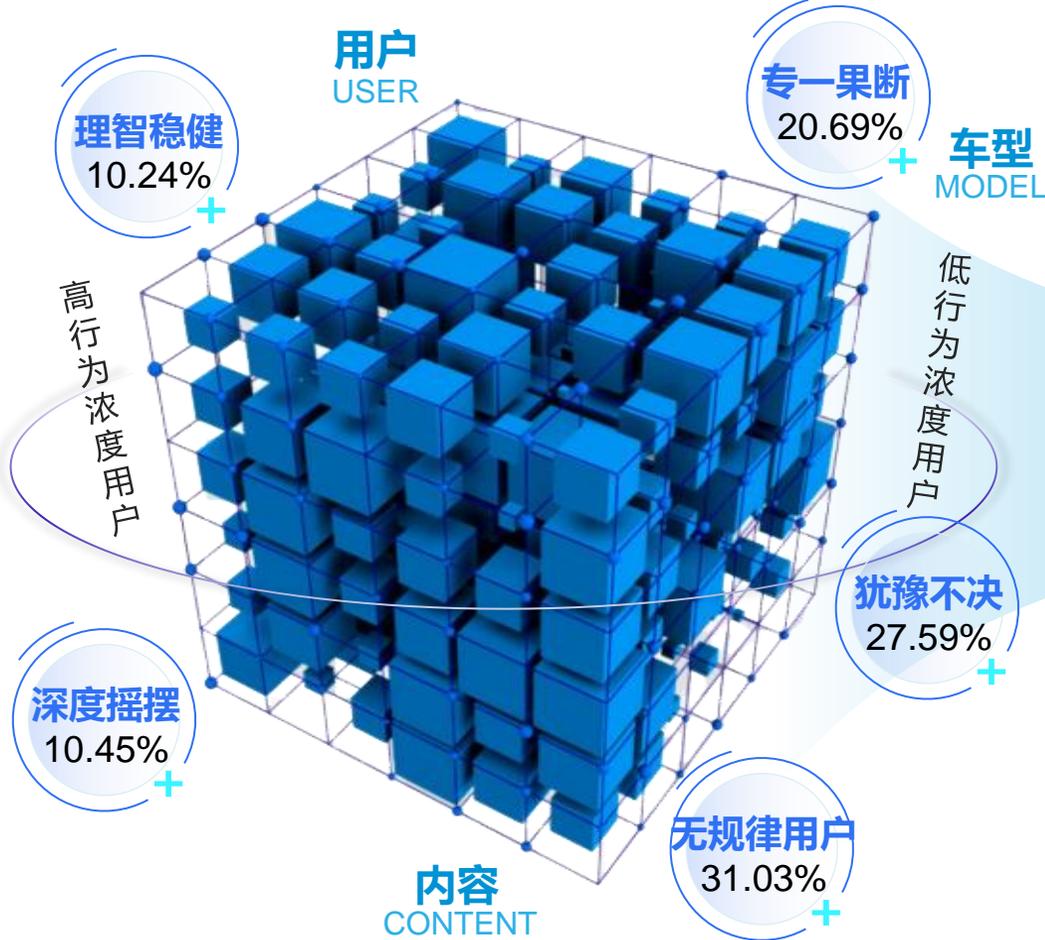
初始产出

比例投放

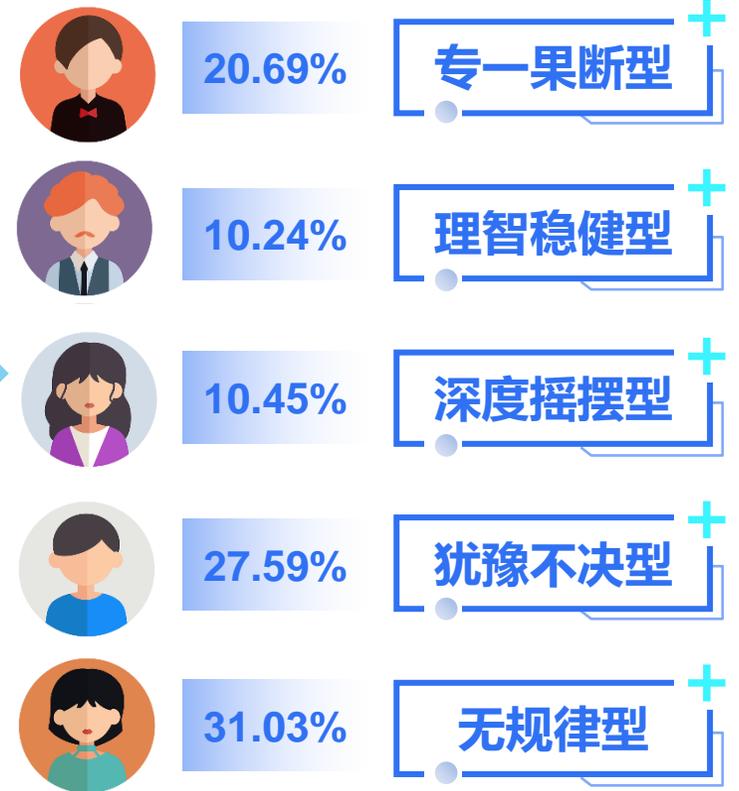
检视校准



基于UCM，以AI技术搭建五类用户模型



奇骏留资用户分类占比



瞄准用户模型拟定投放策略，适配智能转化方案



专一果断型：快速识别 及时收割

专一果断型



快速收割方案

理智稳健型：精准拦截 抢夺竞品

理智稳健型



竞品车型页

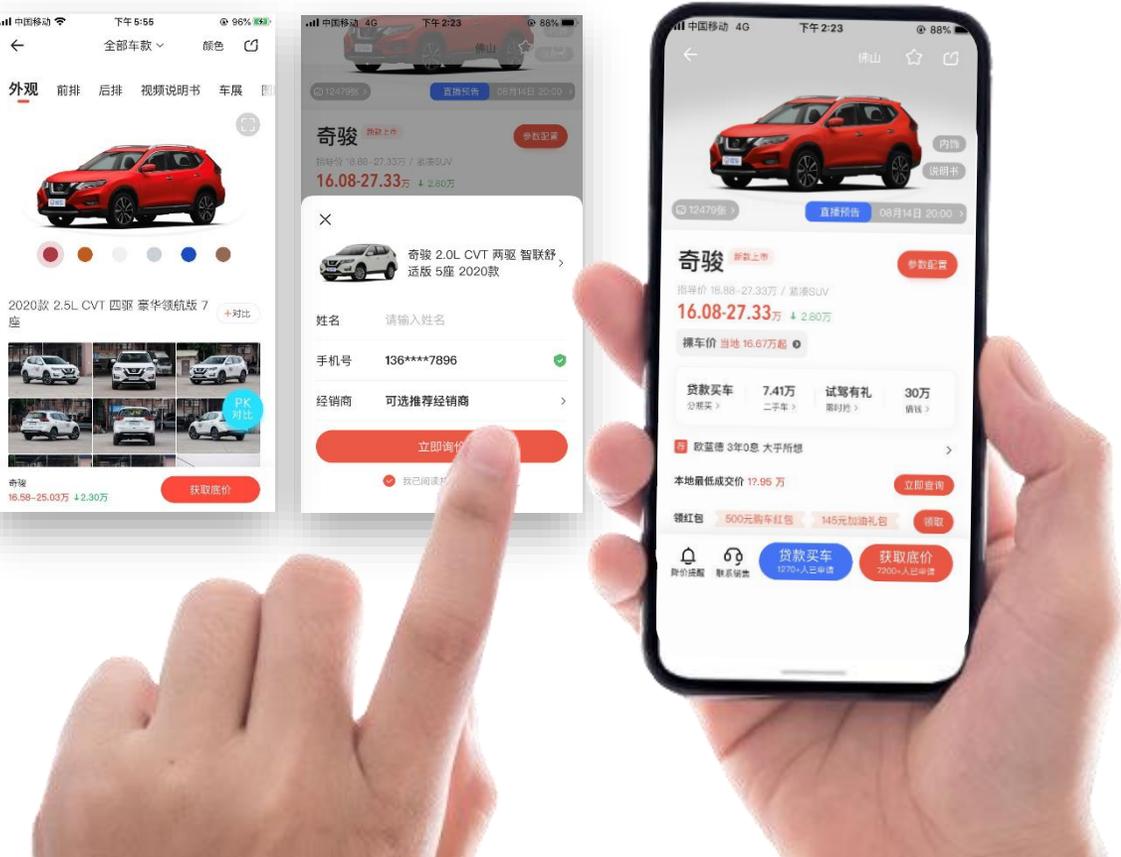
车型页

OGC/PGC/AI内容

图片列表页

留资页

精准抢夺方案



深度摇摆型：奖励吸引 缩短决策

深度摇摆型



车型页

大咖直播
OGC/PGC/AI内容

PK新闻详情页

金线索

弹窗红包

留资页

决策刺激方案



犹豫不决型：持续跟踪 影响心智

犹豫不决型

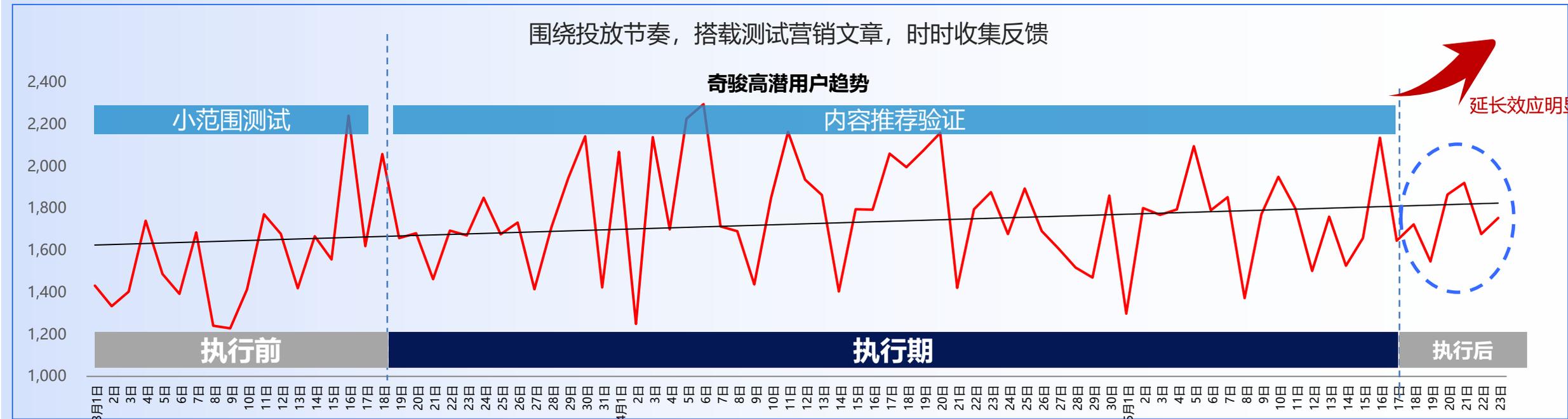


A竞品页
B竞品页
竞品口碑
主打车
大咖直播
OGC/PGC/AI内容
图片列表页
品牌专区留资
询价页

占领心智方案



前测+后证, 数据监控反馈, 策略动态调整



亮点：从传统营销到AI智能营销，线索有效率大幅提升

行业传统解决方案 ——

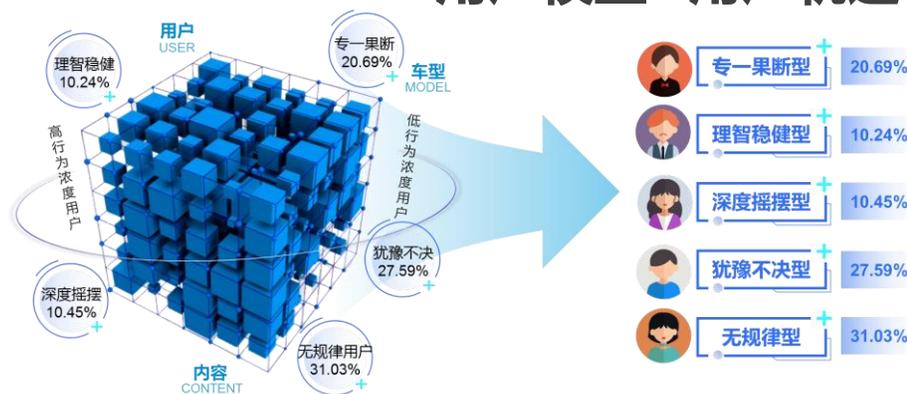
DMP+DSP+落地页



线索有效率：41.15%

AI智能解决方案 ——

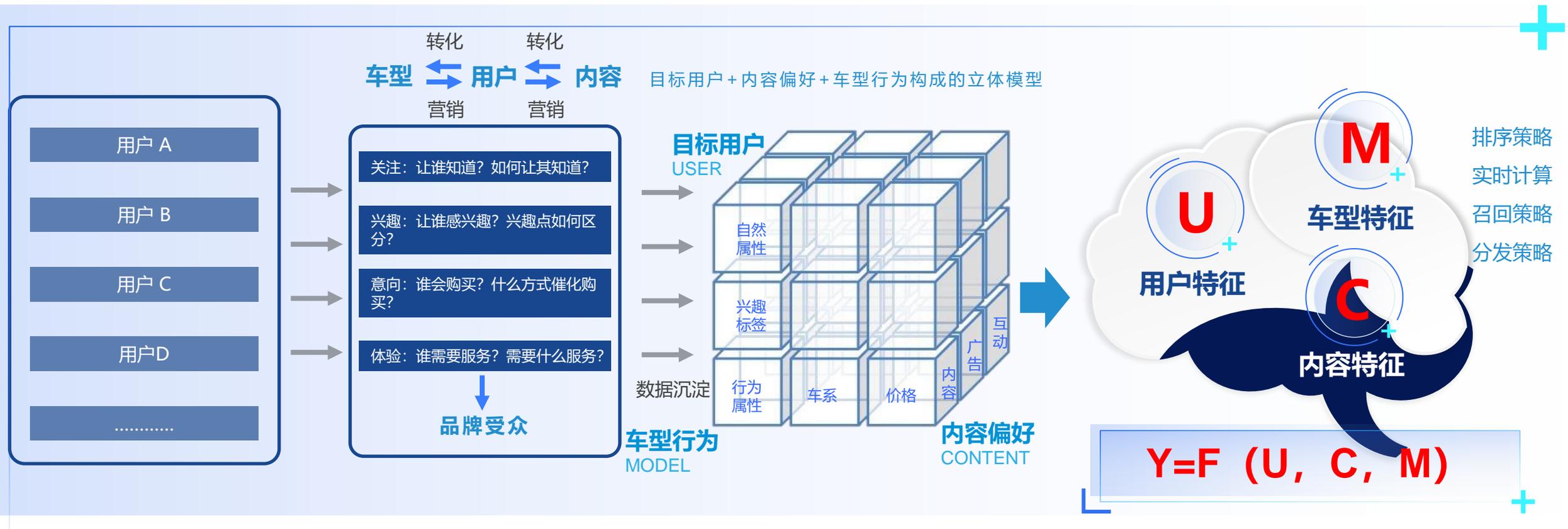
用户模型+用户轨迹



快速收割方案
精准抢夺方案
决策刺激方案
占领心智方案
策略性放弃

线索有效率：59.67%

创意：1. UCM分群-行业首创深度用户行为的高维数据模型



创意：2. 智能路径-遴选最优路径，高效缩短用户转化过程



目标分解1

关注提升，销量引流

关注攀升
64.8%

日均关注提升64.8%

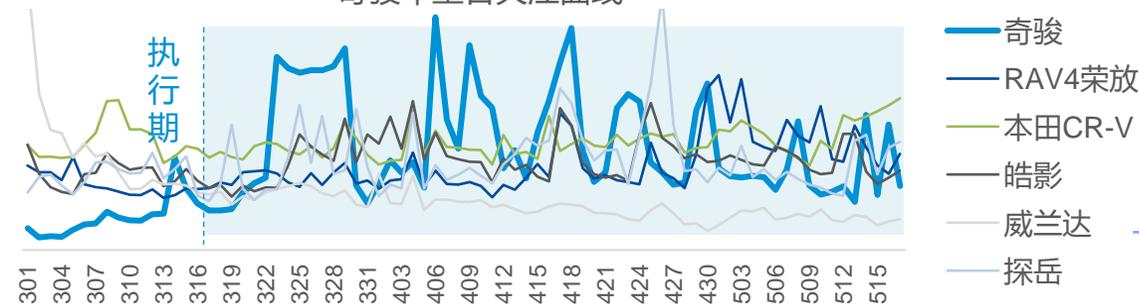
目标分解2

线索提效，销量蓄势

线索提效
18.5%

线索有效率提升18.5%

奇骏车型日关注曲线



项目营销线索转化率对比



奇骏车型销量重回正轨

恢复至1月正常水平

关注提升 销量引流
线索提效 销量蓄势

销量冲顶
1.7万

销量达到1.7万台
排名第一，恢复正常水平

奇骏及竞品销量走势

