

斯巴鲁全系车预约试驾领好礼篇

- ◆ 所属行业：汽车行业
- ◆ 执行时间：2017.05.01-06.31
- ◆ 执行范围：全国
- ◆ 参选类别：大数据营销类

斯巴鲁面临的营销挑战



找TA难



触达难



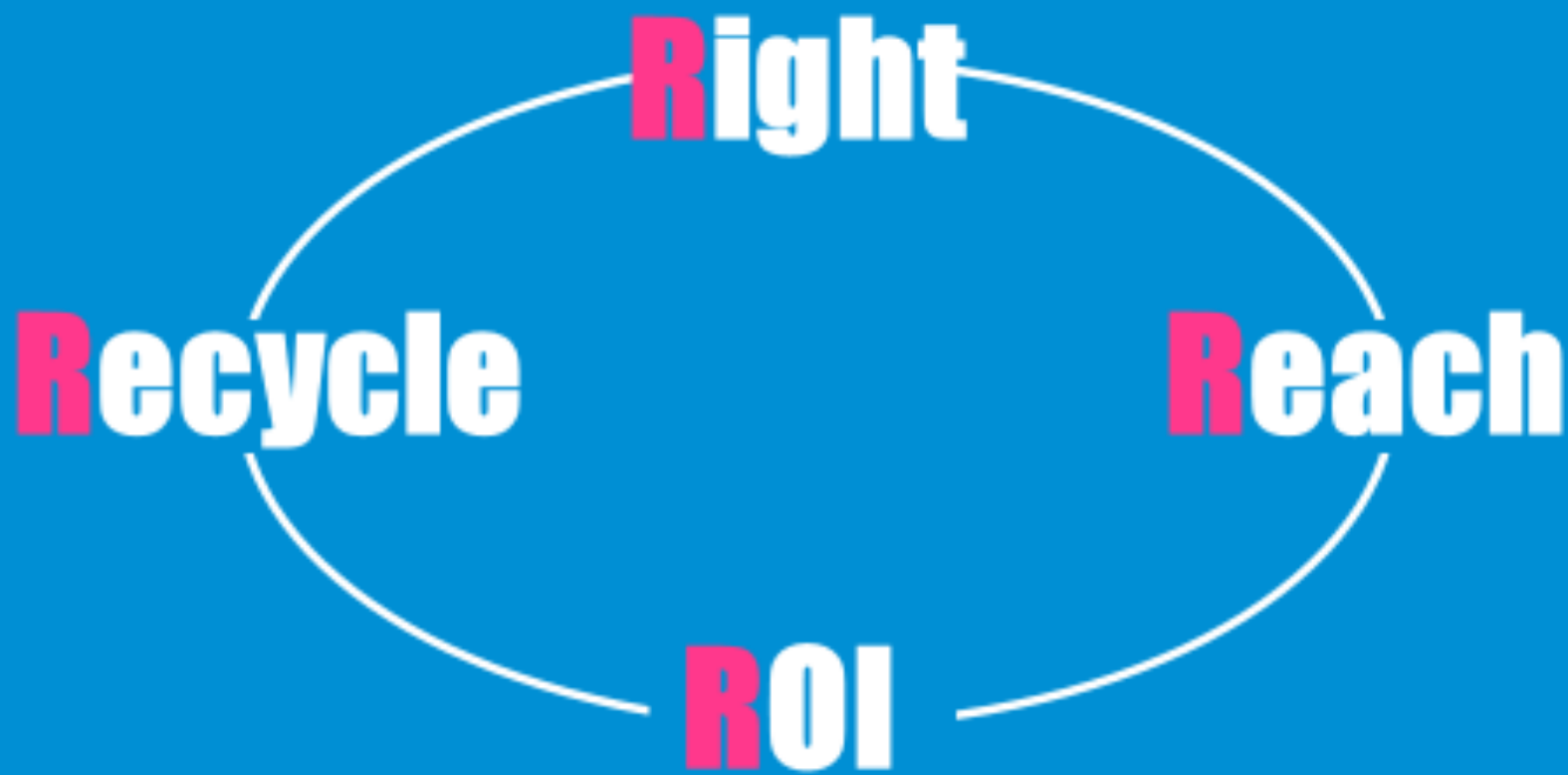
营销成本高

斯巴鲁的营销目标



1. 精准触达**TA**，提升斯巴鲁的品牌认知度
2. 最大化投放效率，提升试驾领好礼活动参与度

4R营销模式破解客户营销难题



Right 如何找到对的人?

- 1 以“人”为本
真实高品质数据
- 2 人工智能AI找到TA
- 3 相似人群优化放大

覆盖几乎所有的中国人和其他在华人士消费行为

千亿

交易数据

实时

新增交易流水

百亿

银联卡

十亿+

银联持卡人

近亿级

全球联网商户数据

超过PB

数据总量

千万级

日均交易流水

万亿级

年交易金额



六大类标签精细化描绘人群画像



人工智能AI算法找到对的人

细化人群包分类



相似人群放大



实时优化

+



lookalike建模



相似人群放大

Reach 如何触达TA?

1

优质媒体投放

2

创意满足TA诉求

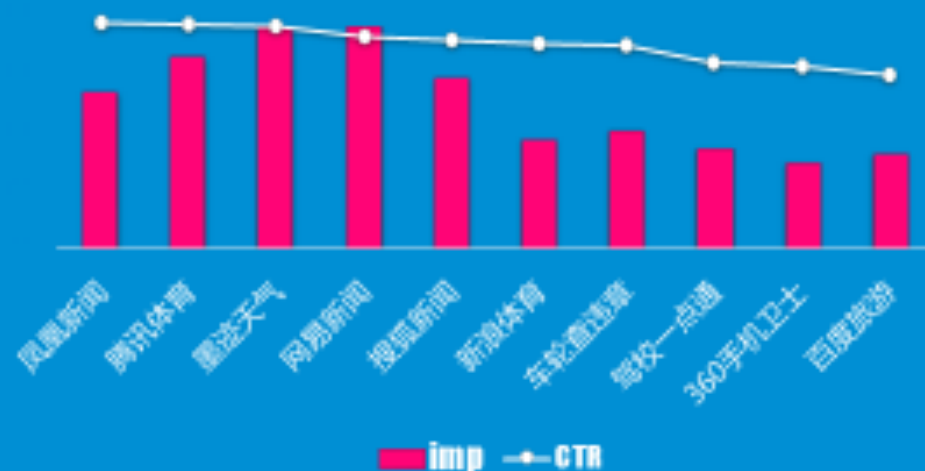
3

场景营销助力转化

优质资源立体化传播



持续优化传播渠道



凤凰新闻，腾讯体育，墨迹天气，网易新闻等媒体在top10的媒体中表现较好，持续优化增加曝光次数



Top
Mobile
Awards

亮点&创意

创意满足TA内在诉求

优质创意
优先曝光

创意A



创意B



创意C



重点沟通

回店试驾赢好礼

购车赢大礼

免费试驾与购车大礼

合适的人
时间和地点

场景营销助力营销转化

对品牌人群全方位扫描



根据细化的目标人群包

锁定TA多场景碎片化行为



多维定向技术，追踪用户场景：
陈展、4s店等位置WIFI探针
语音/输入法搜索汽车行为...

结合场景的媒介与广告形式



实时到小时投放
选择最合适的渠道和广告位

*不针对个人隐私，仅限于群体的属性挖掘

ROI
效果怎样 ?

1

试驾情况

2

点击量

3

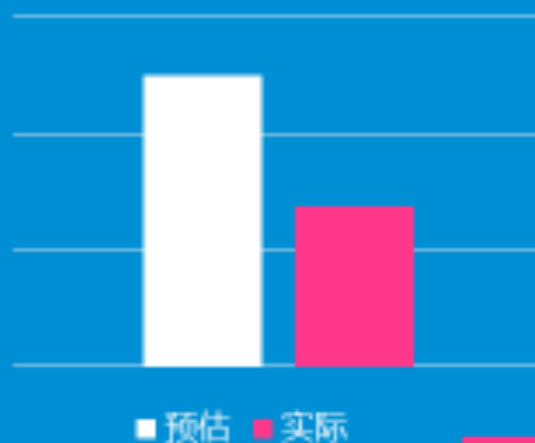
投入成本



ROI

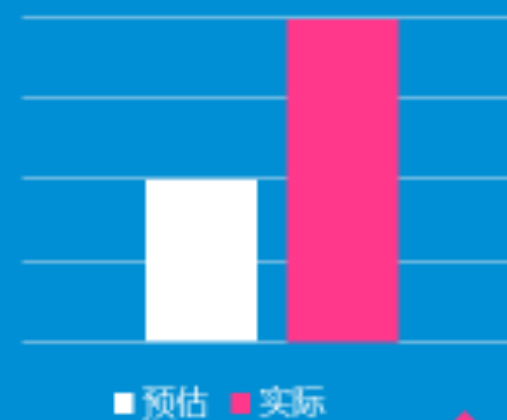


CPL



成本大幅降低

点击量



完成率大幅提升

Recycle
如何实现
营销升级



专属私有**数据银行**

斯巴鲁专属私有数据银行，打通从品牌认知到购买营销全链路



斯巴鲁会员



种子人群包



相似人群包



试驾人群包



不断完善用户消费行为链路，
消费偏好、品牌忠诚度、消费特征
...

营销复用

斯巴鲁专属
有效数据复用
提升推广效率
助力二次营销

- ◆ 提升品牌曝光度
- ◆ 与潜客保持沟通
- ◆ 提升销售转化

Thank you

