天猫汽车精耕细作寻“车”主

- **品牌名称：**天猫汽车
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2021.03.12-06.02
- **参选类别：**效果类-效果广告

案例总览

在用户购车的决策变得更为谨慎，决策周期变长、对于车本身的信息关注更为细致，包括车型、品牌、具体配置等这样的背景之下。

天猫汽车通过UC信息流的投放，不仅增大了汽车目标用户对于天猫汽车的品牌认知，而且通过对于人群包、匹配用户需求制作素材的精细化运营，为天猫汽车带来了更多的精准、优质流量。

天猫汽车的投放，更多涉及到的是较前端的数据维度如曝光、点击、CPC等。因此在整个投放过程中，主要的优化方向在于如何用有限的预算，获得更多的品牌曝光以及CPC的控制。具体执行，主要是通过对于广告位置、素材类型、时段等维度的精细化/差异出价来实现的。同时，通过对于数据的细致分析，不断探索出最优的溢价系数。综合以上的优化思路和方式，帮助天猫汽车获得良好整体效果。

背景及营销目标

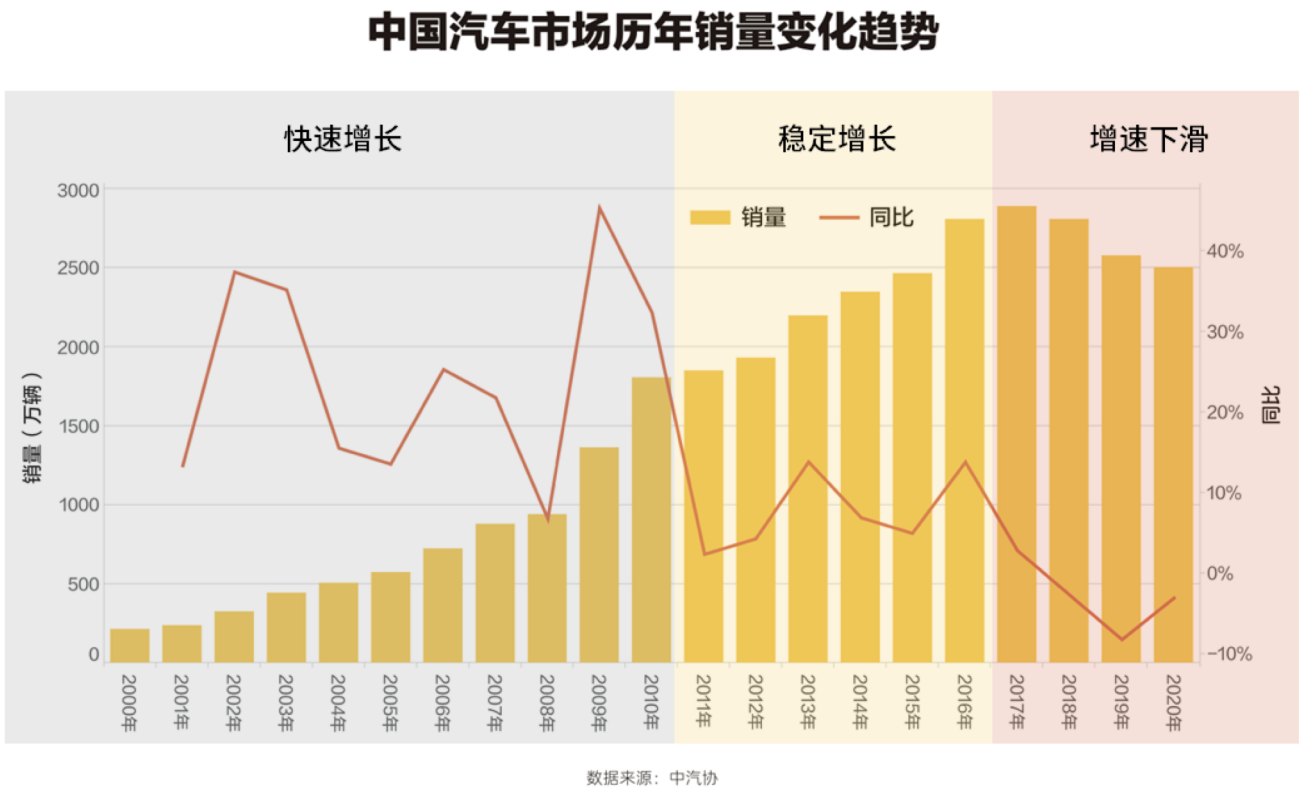
过去受到疫情影响，2020年汽车销量有着大幅下降，且用户购车的决策变得更为谨慎。不仅决策周期变长，而且对于车本身的信息关注更为细致，包括车型、品牌、具体配置等。

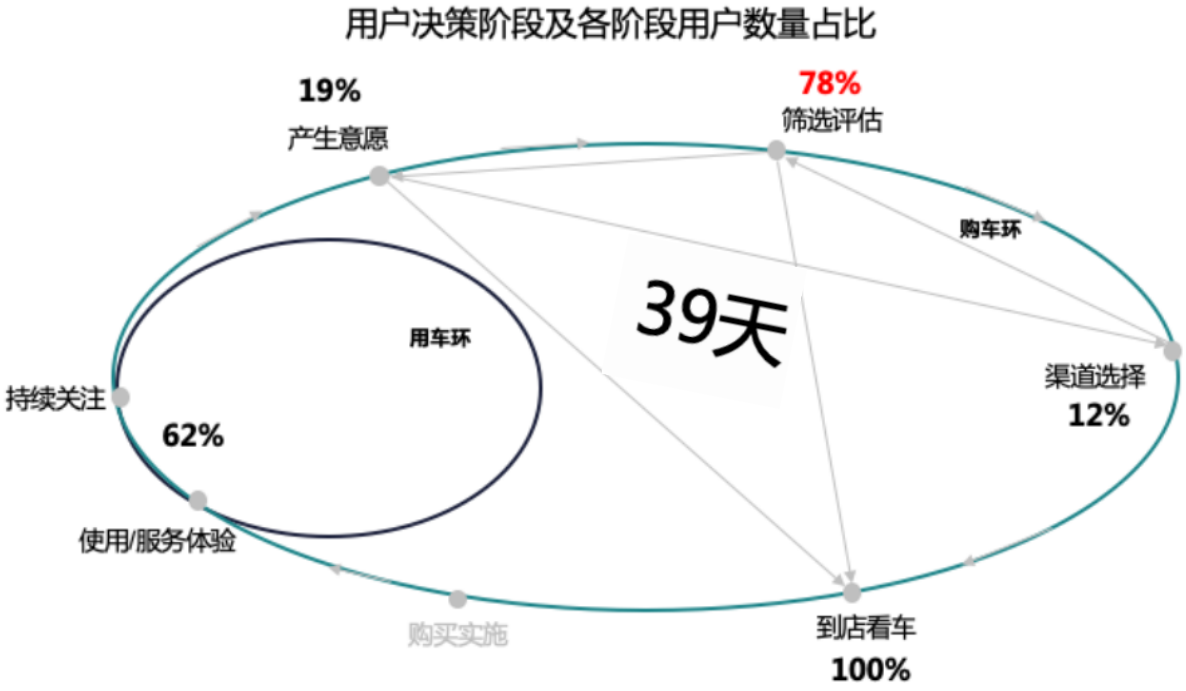
同时，由于线下看车受到疫情影响，线上搜集信息、对比成为主要方式，为汽车资讯平台以及布局汽车业务的综合电商平台带来了更多的机会。

在这样的背景之下，天猫汽车希望通过UC信息流的投放，提升天猫汽车的品牌认知，并且能够精准且高效地为天猫汽车引流。

营销目标：**CPC、APP端成功调起率**

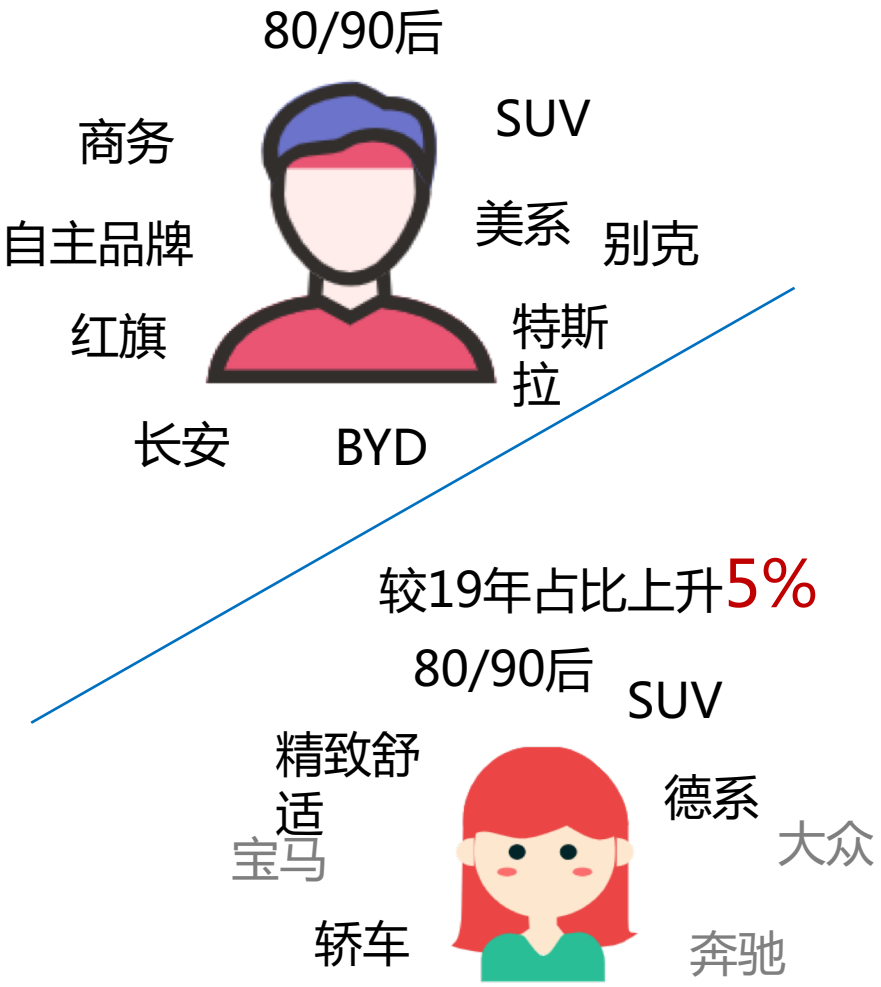
汽车销量增速下滑，但用户购买意愿依旧旺盛，但决策更为谨慎





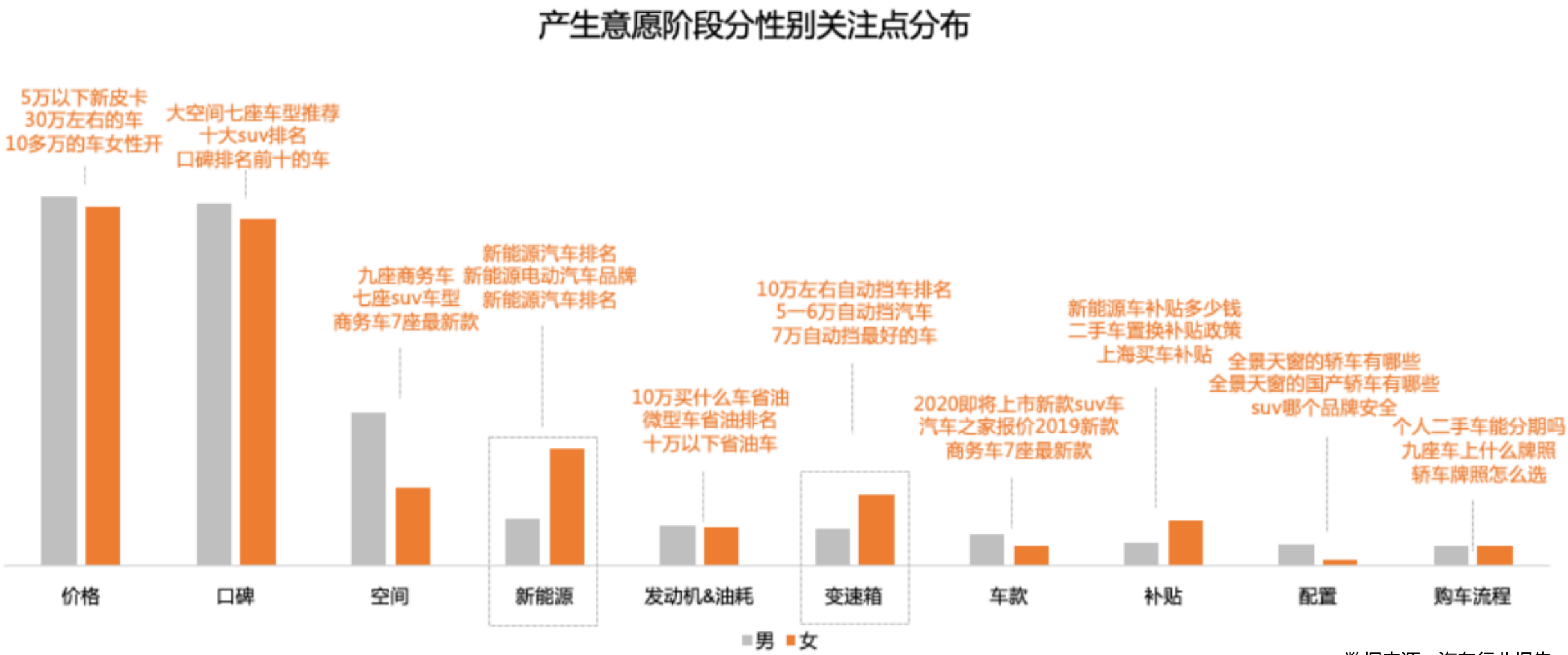
数据来源：中汽协，汽车行业报告

女性成为购车新势力，男女对车型/车系/品牌差异明显



数据来源：汽车行业报告，腾讯洞察

价格/口碑是男女共同关注点，女性更关注新能源/易驾驶等因素



数据来源：汽车行业报告

下沉市场更爱德系/自主品牌，大众/丰田需求最旺盛的品牌

数据来源：汽车行业报告

目标用户引导

DMP人群包细分圈定用户

创意精细化匹配用户需求

明显转化按钮拉升行动力

精准高效品牌引流

效果提升

区分广告位置及素材差异出价

探索最优溢价系数

分时段精细化运营

蓄力：清晰的账户结构，奠定扎实的优化基础

计划划分与命名

- 按照推广车型品牌划分计划，每个组5-6个计划，每个计划3-5条创意，提高账户素材丰富度；
- 计划命名遵循：品牌地位+车型品牌+素材类型

蓄力：策略性定向设定，拦截精准需求

定向“淘宝”APP，保证可调起；优选DMP人群包精准转化

APP行为

定向安装淘宝/天猫的用户，保证点击落地页可调起APP。

DMP人群包

首选搜索专用标签、行为人群包、意图人群包、行业人群包

标签首选汽车、房产等符合汽车需求用户的标签；

有放量空间后，逐步添加其他类型的人群包，混合测试，拓展量级。

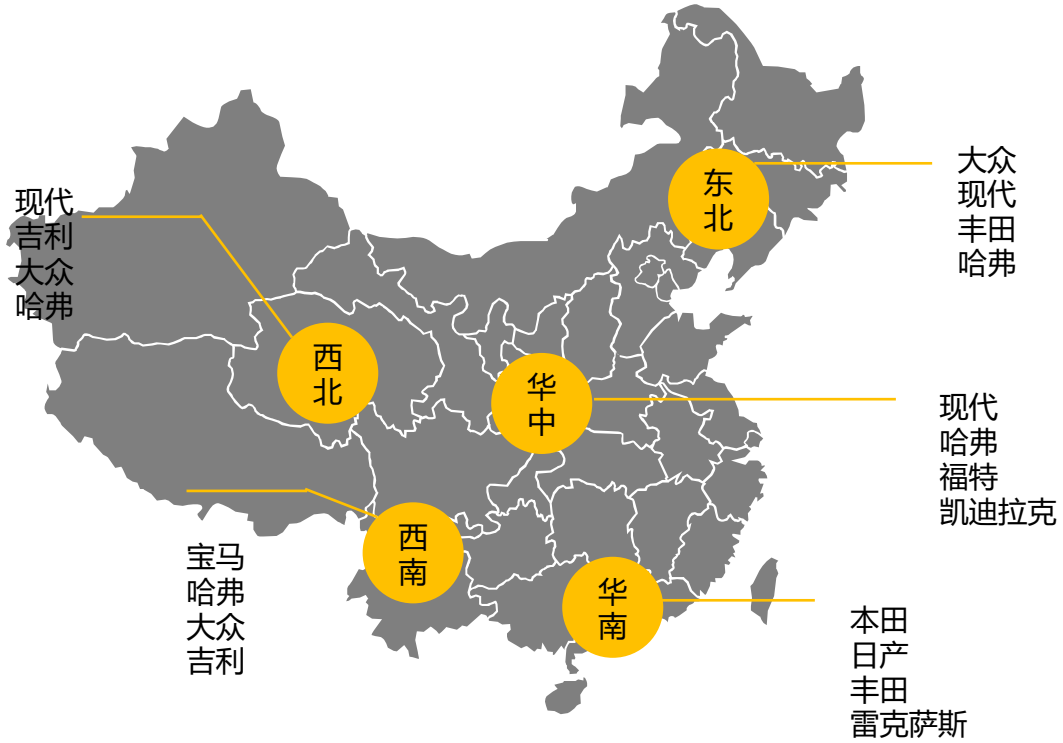
APP行为定向

DMP人群包定向

人群名称	类型	覆盖数量
经销商全品牌项目中端线		14424379
uc新能源0425		10885430
整车uc0430hf		20538501
整车uc042202		12208430
整合uc042203		13673495
汽车组合人群	主题人群	小于1000
整车uc030902		小于1000
整车uc042204		18074253
整车uc031801		12501569

素材精细化：结合地域属性品牌分布及品牌分层

以不同地域偏爱品牌车型为主体设计



素材精细化：结合用户需求，素材与文案交叉测试

具体车型+优惠

爆款车型限时现金补贴，最低1000元，快快来领！

天猫好车百亿补贴 广告

买新车上天猫，抢5折购车资格，快快来抢！

天猫好车百亿补贴 广告

具体品牌+优惠

”上汽大众“买国民车很轻松，天猫补贴高至5888元，免费领取补贴资格！

天猫好车百亿补贴 广告

想买suv，看完哈弗再做决定，国产够潮够优惠！

天猫好车百亿补贴 广告

同一素材与多条创意A/B测试

想买suv，看完哈弗再做决定，国产神车，够潮够优惠！

天猫好车百亿补贴 广告

中国哈弗，线上专属1000元购车优惠，还有7重神车礼遇！

天猫好车百亿补贴 广告

素材精细化：突显补贴，“立即领取” 引导转化

文案匹配用户需求，内容精准触达

产品功能及品牌实力导向，热销车型+补贴优惠激发用户行动

功能导向

讲 **产品**

平台优势，

用户需求刺激

文案1： 618年中购车正当时，多款**热销车型**现金补贴最低1000元

销冠轿车福利来袭，日产轩逸现金补贴1000元，先到先得！

品牌导向

作 **品牌**

口碑传播

文案2： **买新车上天猫**，抢5折购车资格，快快来抢！

人民的代步车，试驾送50元猫超卡，先到先得！

抢最低1000元购车现金补贴，畅销车型任你选择！

执行亮点：效果提升精细化运营

区分广告位置及素材类型差异出价；探索最有溢价系数

分广告位置出价

不同广告位置的cpc不同，UC精准位置的cpc最低，针对的cpc比较低的位置可选取低出价策略，针对cpc较高的UC头条广告位置，采取高出价策略，提升广告竞争力；

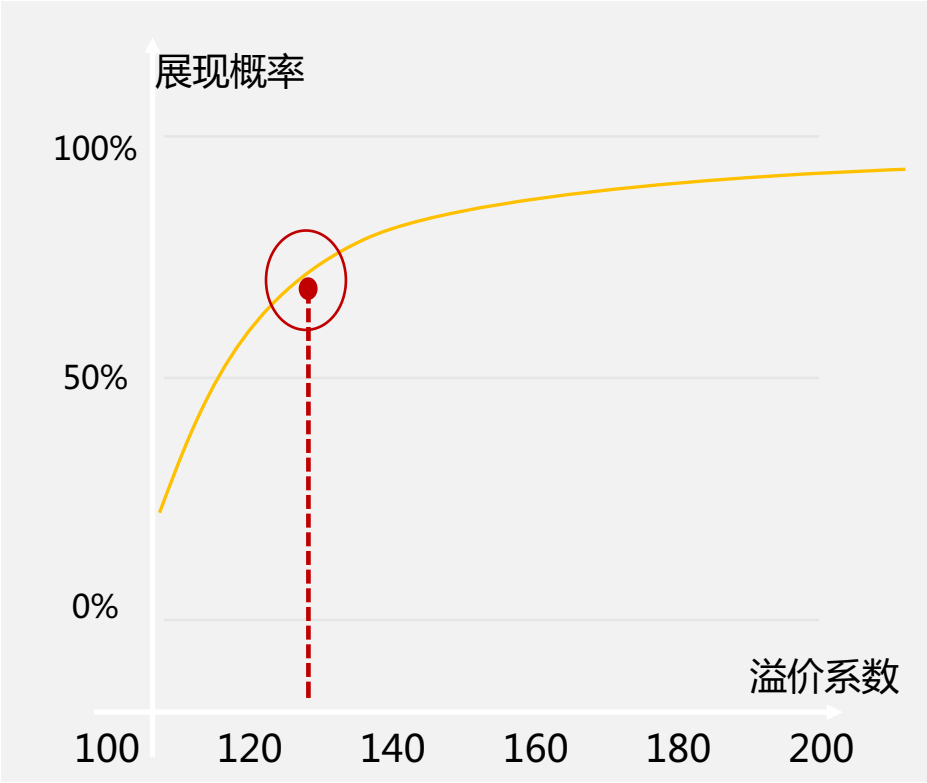
广告位置

分素材类型出价

根据投放实时数据及后期转化数据针对用户质量较好的素材，采取高出价策略，获取更多曝光；用户质量一般的素材，采取低出价策略，进行低成本导流策略；

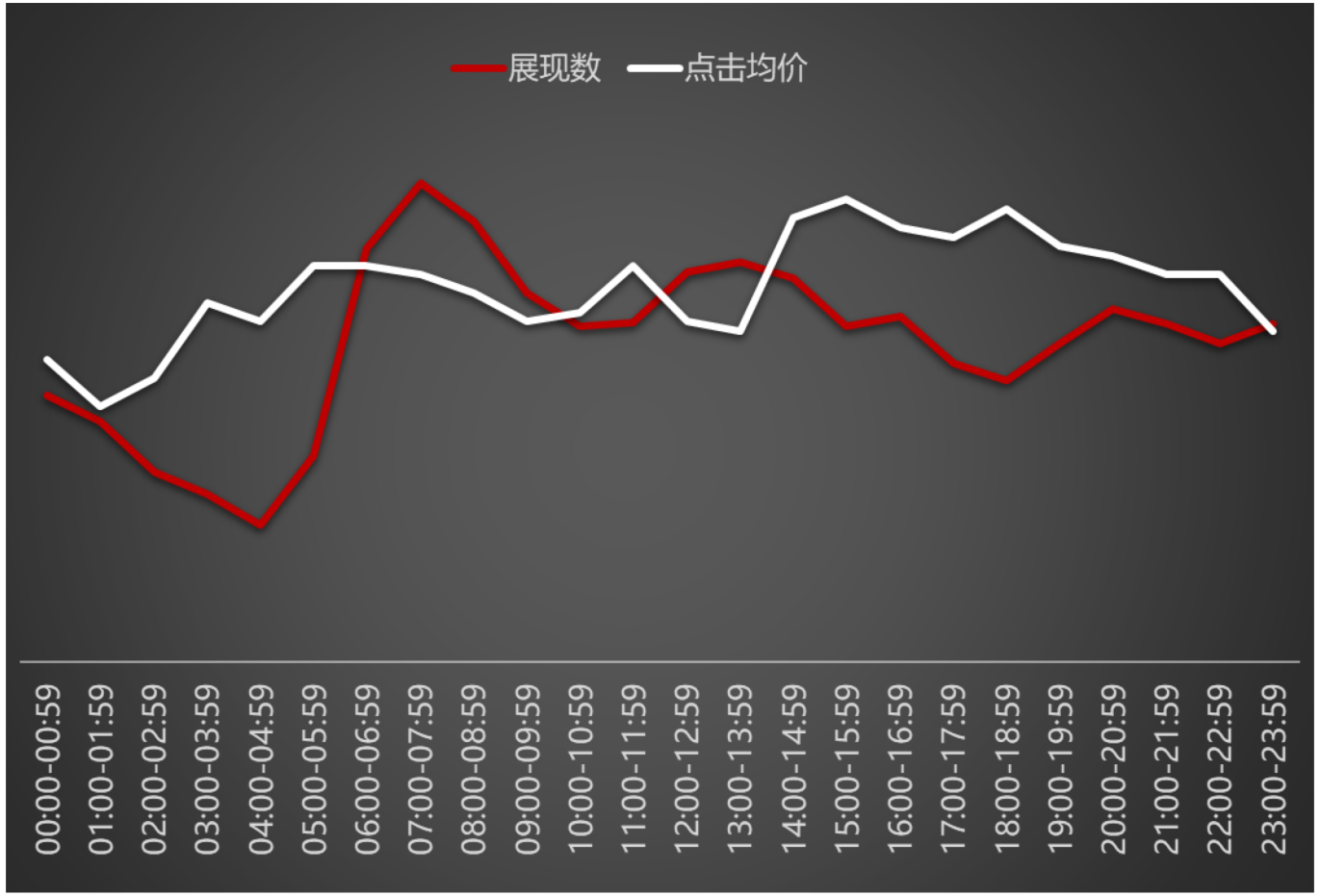
素材类型

- 最优溢价系数推荐 - 出价120%



执行亮点：效果提升精细化运营

重点时段覆盖，优化热门时段重点竞争，分段记录效果并分析



分时段投放分析

时间	消费	展现	点击	CPC	APP调端成功率
9:00					
10:00					
12:00					
14:00					
16:00					
18:00					
21:00					

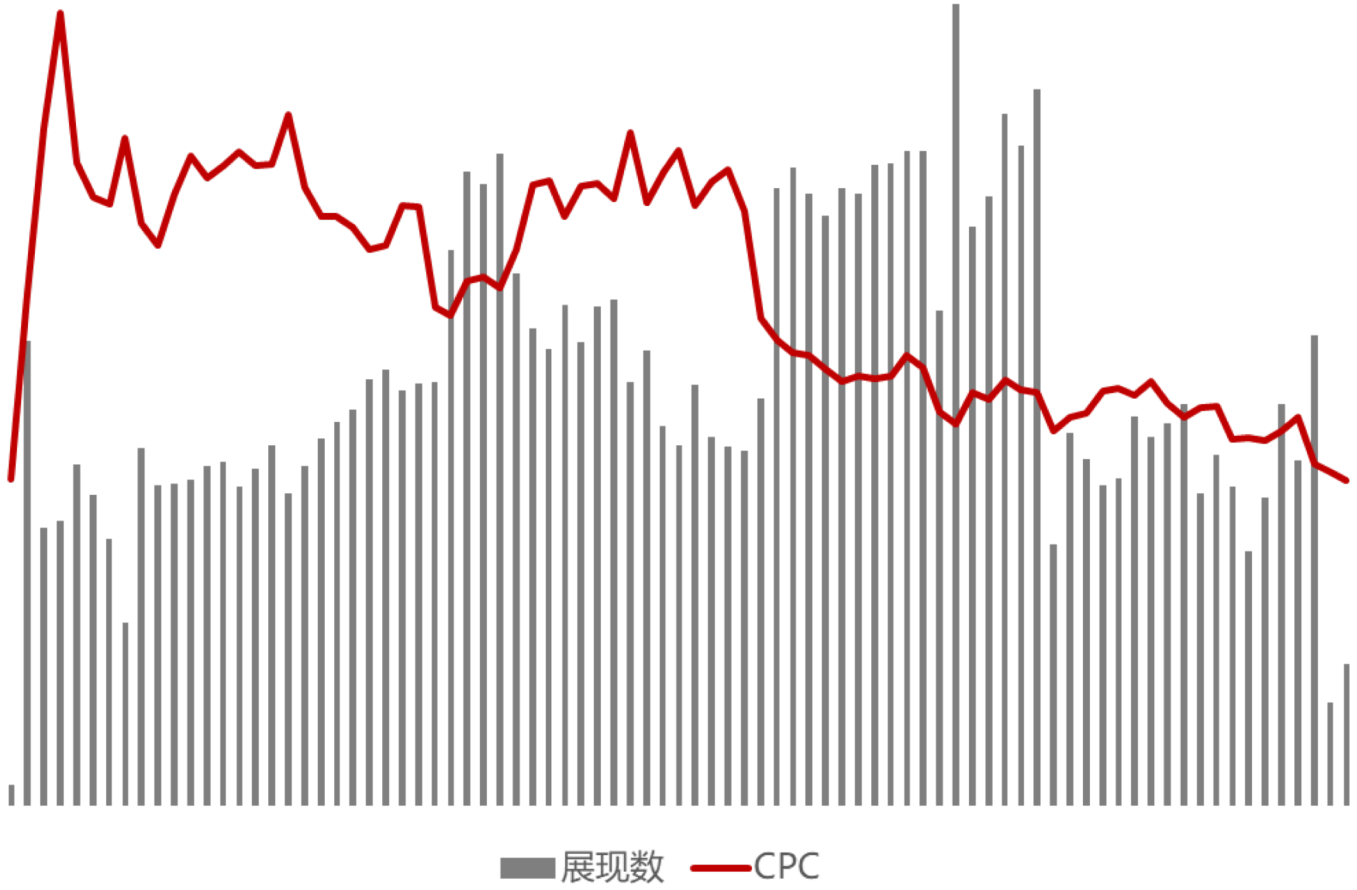
- 不同位置不同情况引流情况分析
- 不同时段增量分析
- 不同时段转化分析
- 历史CTR和当日CTR对比分析

案例效果

整体效果良好，高效品牌曝光，且实现较高水平APP端成功调起

整体投放期间

总曝光 3亿+ 次

总点击 X00万+ 个

APP端成功调起率 > 85%