

# 沃尔沃×今日头条，效能转化创“芯”动力

- ◆ 广告主：沃尔沃
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2018.10.24 -12.30
- ◆ 参选类别：大数据营销类

## 案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDMwMDk4MDg5Mg==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0](https://v.youku.com/v_show/id_XNDMwMDk4MDg5Mg==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0)

或者  
扫一扫看视频



**背景**——受我国汽车市场进入饱和状态以及新能源补贴减少、“国6”标准排放实施等政策影响，2018年底，中国汽车市场在遭遇了连续半年的销量下滑后，进入28年来的“至暗时刻”。

在豪华SUV市场，传统老大哥宝马、奔驰、奥迪也从以前的加价销售转为降价促销，并开始二线城市下探。其他众多高端品牌也纷纷开启降价促销，**豪华SUV市场竞争日趋激烈。**

**目标**——沃尔沃XC60作为非一线豪华SUV阵营品牌，需要**以更高效的方式挖掘存量市场，从更广泛的维度抢夺增量市场。**



媒体纷纷报道“车市寒冬”现象



“车市寒冬”现象引起央视财经关注

如何突破传统的“精准”营销模式，更高效的、更广泛的定向及挖掘潜在目标用户，成为沃尔沃XC60逆势突围的难题。

**传统的“精准”定向合作**，受限于定向技术、平台体量、数据积累，往往只能定向到年龄、性别、地域、兴趣类别等基础属性。

而**真正的“精准”人群**，应当充分考虑消费者在购车行为中的核心因素，包括购车阶段（包括关注、观望、待购等）、消费能力（豪华、高端、中端、低端等）、购车偏好（SUV、轿车、MPV等）和基础属性等多维度数据。



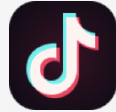
传统“精准”定像的局限性



车企真正需要的：大数据“精准”定像

作为国内最早把智能算法应用到内容分发的个性化信息推荐平台，今日头条拥有领先的智能技术，并已形成涵盖聚合类资讯、短视频、垂直类资讯、内容社区在内的产品矩阵，全面串联了用户的触网场景，拥有海量的高精度用户数据。

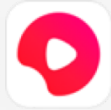
## 短视频社交平台



内容消费行为 | 内容创作行为 | 社交互动行为

拍摄 | 上传 | 挑战 | 音乐 | 滤镜 | 贴纸 | 故事  
播放 | 暂停 | 下滑 | 喜欢 | 转发 | 评论 | 查看音乐  
查看创作者 | 关注 | 提到 | 粉丝

## PUGC综合视频平台



视频浏览行为 | 内容偏好

频道偏好 | 视频兴趣偏好 | 视频下载  
播放 | 暂停 | 横屏 | 收藏 | 转发 | 评论 | 点赞

## 综合信息平台



内容消费行为 | 内容创作行为

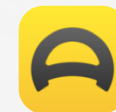
频道偏好 | 一级兴趣偏好 | 二级兴趣偏好  
阅读兴趣关键词 | 关注的头条号 | 文章源偏好  
阅读 | 收藏 | 转发 | 评论 | 点赞 | .....



## 短视频平台

内容消费行为 | 内容创作行为 | 社交互动行为

拍摄 | 直播 | 话题 | 关注 | 充值 | 礼物.....



## 汽车资讯平台

汽车行业内容消费行为

看车 | 选车 | 比价 | 估值 | 车险 | 保养.....



## 巨量引擎营销平台

商业互动行为

商业兴趣偏好 | 广告互动行为 | 消费转化.....

## 人口属性

性别 | 年龄 | 主要城市 | LBS信息

## 设备属性

操作系统 | 设备品牌 | 设备型号 | 运营商类型



## 智能技术驱动+精细化运营，为沃尔沃广告投放降本增效

STEP1

智能技术+数据共建

STEP2

智能技术+智能分发

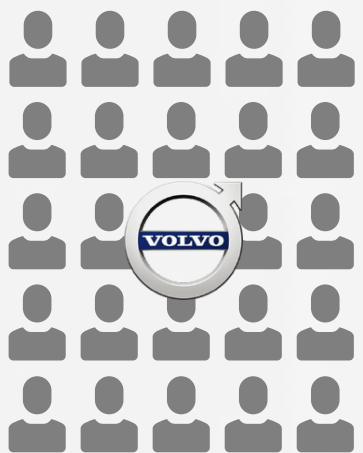
STEP3

智能技术+持续运营

## STEP1 : 智能技术+数据共建 :

今日头条携手沃尔沃基于数据共建，以智能技术匹配及分析XC60高意向兴趣用户。基于今日头条APP矩阵在全网独有的综合资讯、搜索、电商、汽车垂直**整合数据优势**，分析这些车主在今日头条APP矩阵的阅读兴趣、商业兴趣等数据。通过机器学习进行数据融合，**综合分析**这些人群所处的购车阶段、消费能力、购车偏好，并进行**人群建模**，生成沃尔沃XC60车型潜在受众的兴趣关键词人群包。

### 上传高意向兴趣用户数据



### 基于智能建模和提取用户触媒行为数据，构建精准潜在受众画像



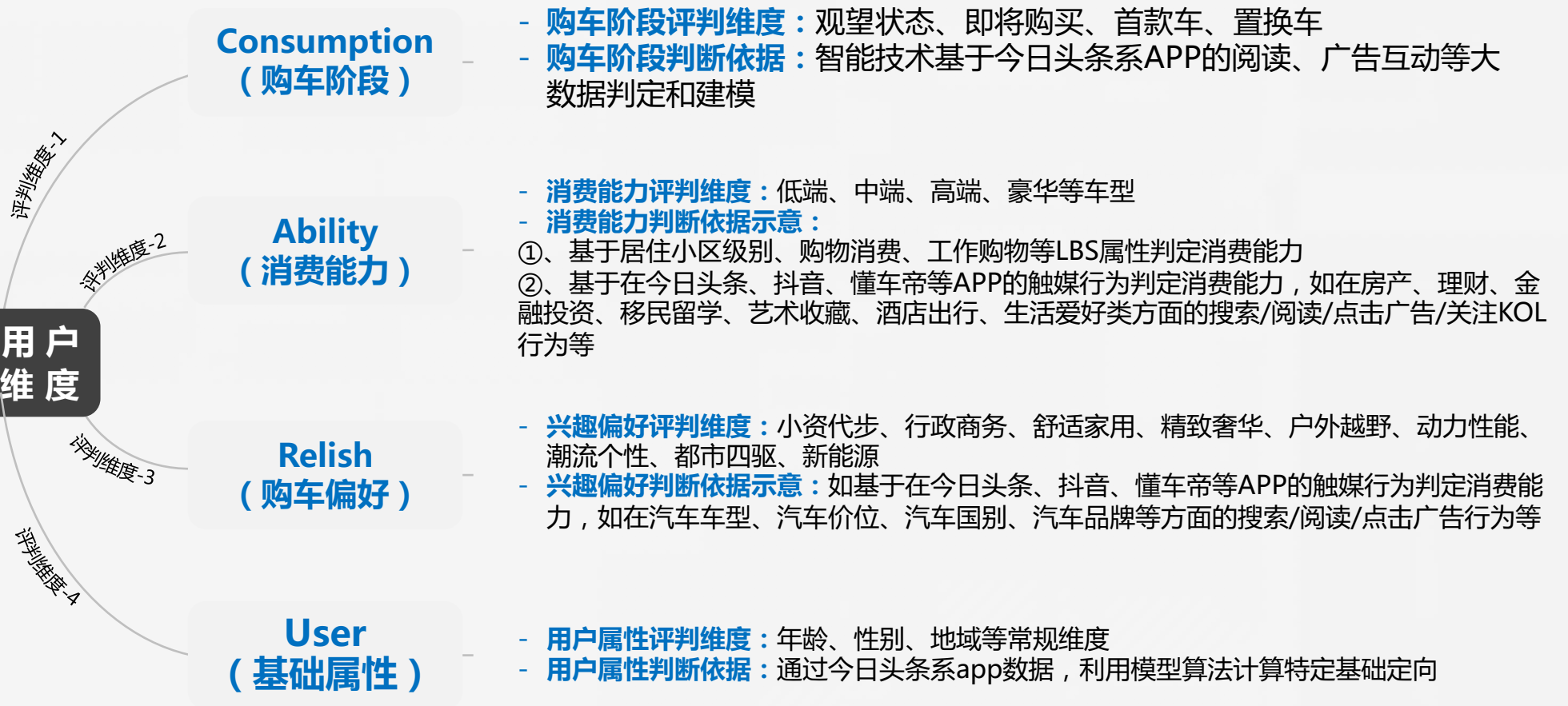
### 综合消费者在购车行为中的核心因素，创建DMP人群包



基于兴趣关键词的  
潜客DMP人群包

## 以消费者在购车行为中的核心因素构建评判维度 进而创建基于兴趣关键词的DMP人群包进行定向投放

### 沃尔沃XC60意向用户 DMP人群包评判维度





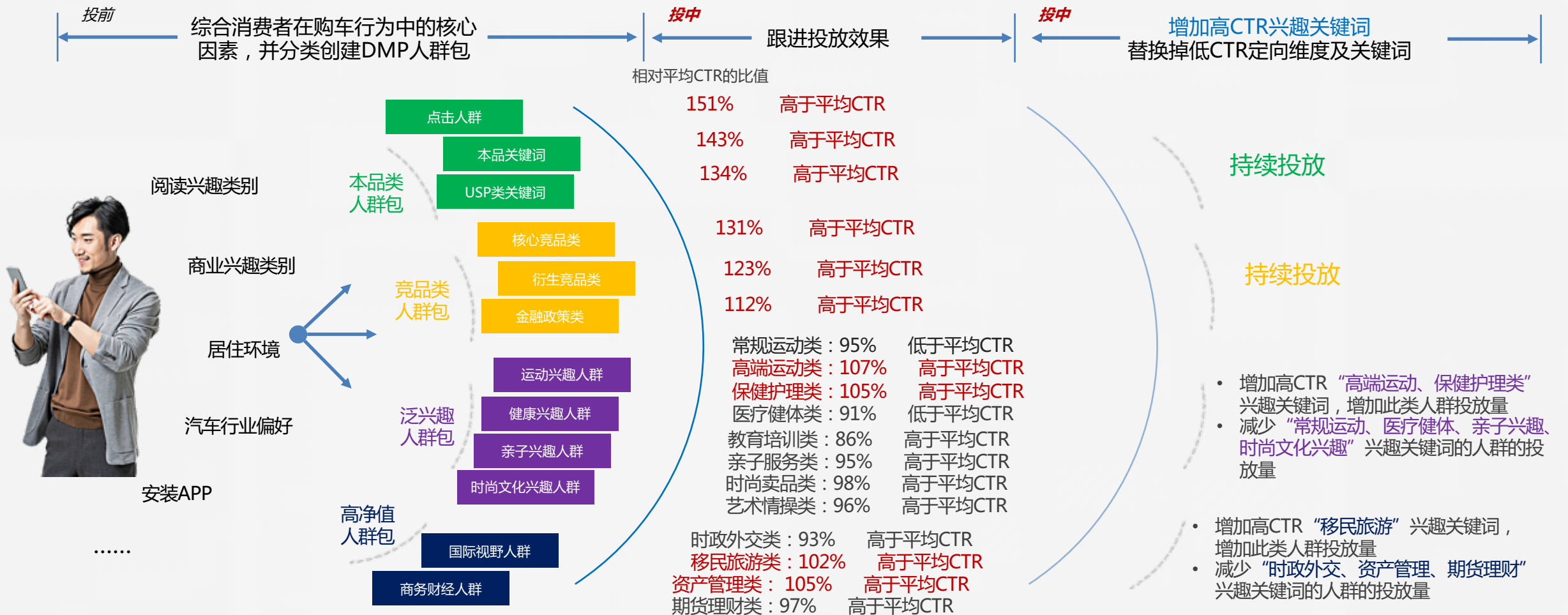
## STEP2 : 智能技术+智能分发 :

基于数据分析和智能技术，识别潜在受众对分期、利率等金融政策、或是对外观、空间等性能卖点更具敏感倾向，据此设计个性化广告素材形式与创意词，激发不同类型目标人群的潜在购车欲望。配合今日头条信息流广告位进行多素材智能分发，为品牌旗舰店导流，极大地缩短了转化路径，提升转化效率。



## STEP3 : 智能技术+持续运营 :

借助智能技术对点击广告人群的动态跟踪，持续跟踪各个兴趣关键词的点击率效果。在投放中，判断及挑选高转化效果兴趣关键词，增加高点击率关键词的投放、减少低点击率关键词的投放，促进投放效果更进一步提升。

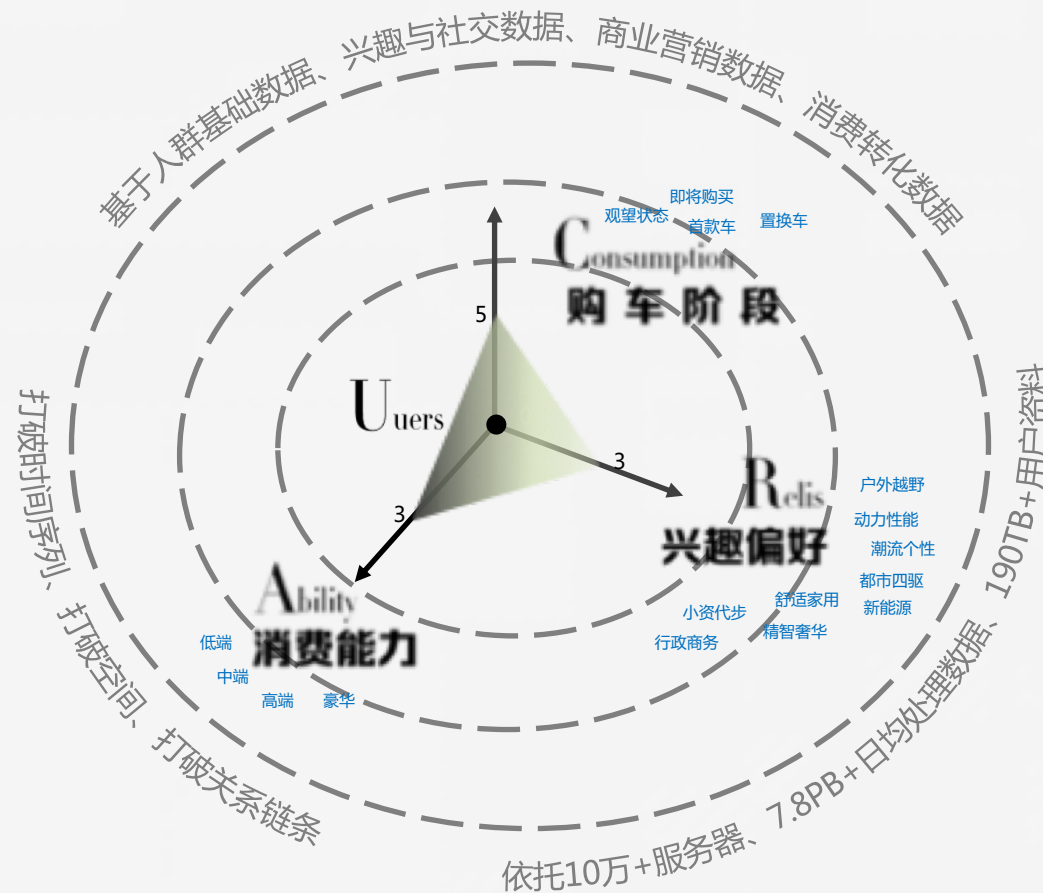


基于数据共建，借助智能技术以机器学习挖掘更符合车企需求的人群，以消费者在购车行为中的核心因素**构建评判维度**，帮助沃尔沃XC60触达广泛的、高意向的、有消费力的精准人群，为沃尔沃XC60精准营销降本提效。

沃尔沃借助今日头条智能技术，打通和融合数据，深刻洞察人群特征



基于字节跳动系产品矩阵大数据  
以消费者在购车行为中的核心因素构建评判维度

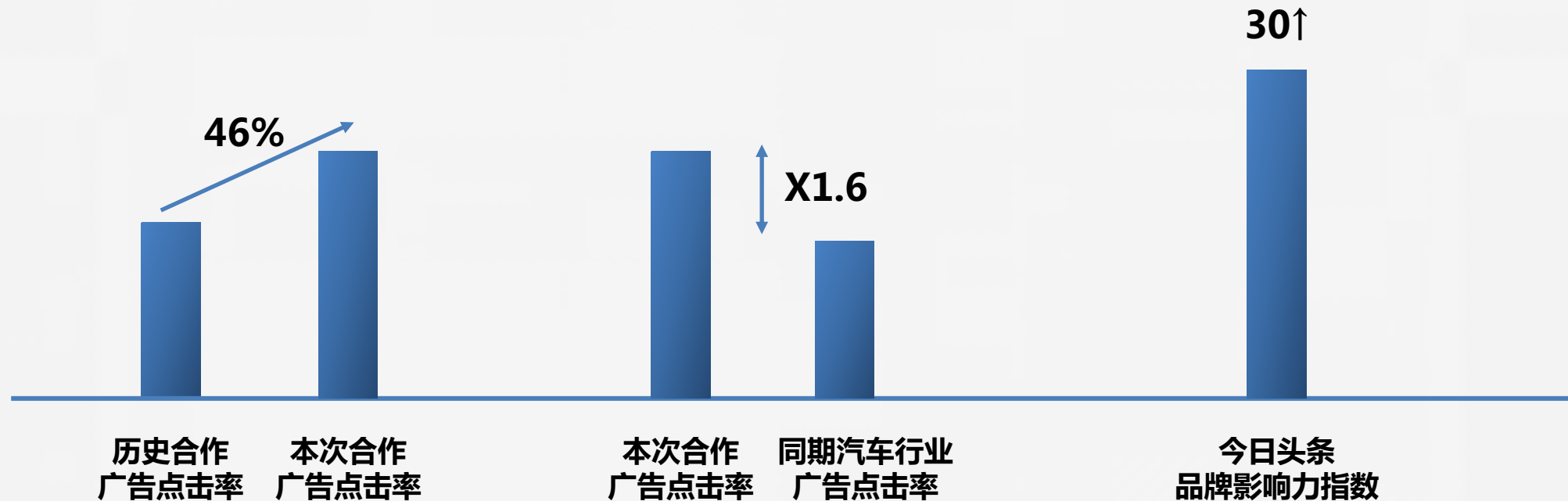


触达广泛的、高意向的、有消费力的精准人群



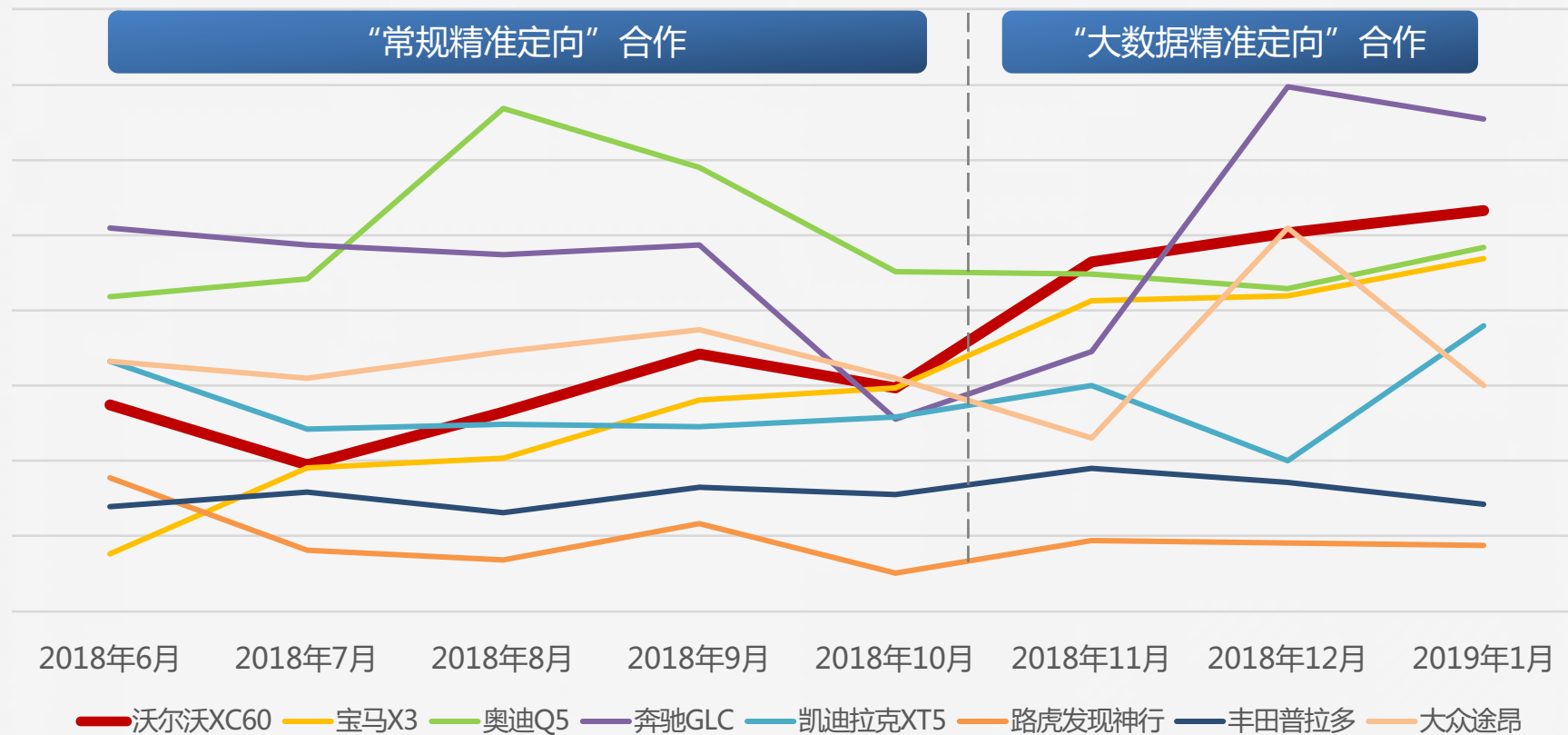
- 2018年底合作期间，沃尔沃XC60借助智能精准营销模型提升了广告触达效率：
- 广告点击率较历史投放点击率**提升46%**，是同期汽车行业点击率的**1.6倍**
- 沃尔沃XC60品牌影响力指数排名**提升超过30名**。

### 沃尔沃XC60 “大数据精准定向” 合作效果



- 帮助沃尔沃的整体销量从中游水平跃居至第二名
- 在“车市寒冬”中实现了销量的逆势突围，成功跻身豪华SUV市场第一阵营。

### 35-50万级别豪华SUV销量



数据和资料来源：中国汽车工业协会统计数据、车主之家网汽车销量统计

## 客户反馈：

- 2018年10月底，沃尔沃与包括今日头条在内的3家门户媒体开启了数据营销，其中，仅与今日头条展开的是基于智能技术和数据共建的智能精准营销合作，且在今日头条的投放费用最高。
- 在此次投放后，沃尔沃品牌反馈今日头条方的投放效果最好，并因此在2019年额外增加了40%的投放预算。
- 本次合作后，沃尔沃客户将今日头条的合作模式作为合作案例以brief形式要求其他合作媒体均采用此模式进行投放
- 2018年10月至今（2019年9月），沃尔沃持续采用该模式在今日头条进行投放，充分反映了客户对该合作模式所带来的效果的认可。