

BiddingX鼎力协助Jeep， 增加有效到店试驾线索



关于Jeep：

Jeep® 汽车是克莱斯勒集团有限责任公司的注册商标，创立于1941年。它是 SUV 的缔造者与引领者，亦几乎是这一车型的代名词

目标：

- 面向PC端，触达25-40岁，男性，中高收入，在汽车购买选择阶段的高净值人群
- 达到每款车型对应的、量化的HWSL（Hot Warm Sales Leads，经过电话核实后的有效注册数）和CPHWSL（Cost Per Hot Warm Sales Lead，每个经过电话核实后的有效注册的成本）要求
- 考核该广告渠道的实际线下CPT（每个线下到店成本）

策略：

- 前期利用人群数据库和人群建模，定向潜在的中高端汽车人群，中后期利用Look alike技术进行相似人群拓展，后期对未转化人群进行重定向召回
- 媒体选择大型门户类、新闻财经类、汽车类媒体，精准覆盖目标人群
- 运用ABTester落地页优化工具，及时调整落地页，提升用户转化率
- 基于智能算法，针对不同人群投放不同创意，多版本实现千人千面

结果：

- HWSL达到了客户预期数量的1.62倍
- CPHWSL低于客户预期23%
- CPT低于客户预期45%，三大车型的整体到店率达到9%

汽车行业在线上广告的投放金额已远超中国其他任何行业，是中国营销创新的引领者。然而在传统营销略显疲态，数字营销兴起的形势下，汽车行业的竞争显得愈发激烈。曾经重度依赖垂直类媒体的合作模式，已不能为车企带来足够高的性价比有效转化。如何在海量流量和数据中甄别优劣，找到精准的目标受众？如何利用不同版本和不同组合的创意吸引目标人群的点击？如何利用各种投放手段达到效益最大化？这些都是汽车营销面临的挑战。

本次推广，Jeep携带旗下三款主要SUV车型——指南者、自由光、大切诺基，选择舜飞|BiddingX DSP推广“0首付置换SUV”活动，在大量增加品牌曝光的同时，以最高的性价比获得更多有效销售线索。

投放策略

1.自有DMP+多重第三方DMP：人群定向快、准、狠

对数据的有效利用是程序化广告的核心。舜飞基于自有DMP和多方第三方人群数据库，根据城市SUV的产品特性进行多维度立体人群定向，勾勒出目标人群画像。

- 选择旅行、汽车、IT数码、时尚、金融/财经、户外、运动等高相关度兴趣标签，和25-40岁城市男性的人口属性标签，定向中高收入城市精英；同时针对每款车型的定位和价格信息，对汽车档次、品牌、车型、价位、产地、二手车等进行细化，不断筛选和优化人群标签，向转化效果更好的人群倾斜预算
- 利用历史数据，对访问过汽车类媒体、搜索过SUV、竞品品牌/车型和Jeep旗下品牌/车型的用户进行定向投放
- 在campaign中后期，利用PDMP访客找回技术，对访问过落地页的人群进行retargeting重定向召回；并将已经成功转化的人群从人群库剔除，立即停止召回，避免预算浪费
- 利用算法技术对有近似行为属性的人群进行look-alike（相似人群挖掘）扩展人群范围，进一步提高人群定向的效率，实现人群数据的最大化利用

- 利用历史数据，对访问过汽车类媒体、搜索过SUV、竞品品牌/车型和Jeep旗下品牌/车型的用户进行定向投放
- 在campaign中后期，利用PDMP访客找回技术，对访问过落地页的人群进行retargeting重定向召回；并将已经成功转化的人群从人群库剔除，立即停止召回，避免预算浪费
- 利用算法技术对有近似行为属性的人群进行look-alike（相似人群挖掘）扩展人群范围，进一步提高人群定向的效率，实现人群数据的最大化利用



2.媒体定向策略：海量曝光，高效传播

- 广度上：定向腾讯、新浪、搜狐、优酷等大型优质门户和视频类媒体的新闻、财经、汽车等频道，形成海量曝光，提升品牌形象
- 精度上：定向汽车垂直类和新闻财经等类型网站，实现对更多目标人群的覆盖

3.落地页优化与广告投放完美衔接

- 利用舜飞自有的ABTester对落地页进行快速测试和即时调整，不断提升落地页的转化效率。BiddingX经验丰富的优化团队突出了落地页上的优惠利益点，将预约试驾表单提拉至首屏最显著位置，转化率较原版本落地页提升了两倍！



- 利用舜飞自有站内监测工具DNA，对落地页上的用户行为数据和转化流程数据进行跟踪和分析，了解访客从哪里来、在页面上做了什么、到哪里去，通过这些数据帮助改善落地页的使用体验，更重要的是将分析洞察用于下一阶段投放的人群和媒体优化，不断提升落地页转化效果

4.动态创意轮播：实现千人千面

在实际投放过程中，采用了普通banner和动态创意相结合的策略：

多版本banner包覆式投放，在频次控制的基础上进行创意轮播，向目标人群以精心设计的顺序传递讯息，让广告如影随形，同时避免审美疲劳

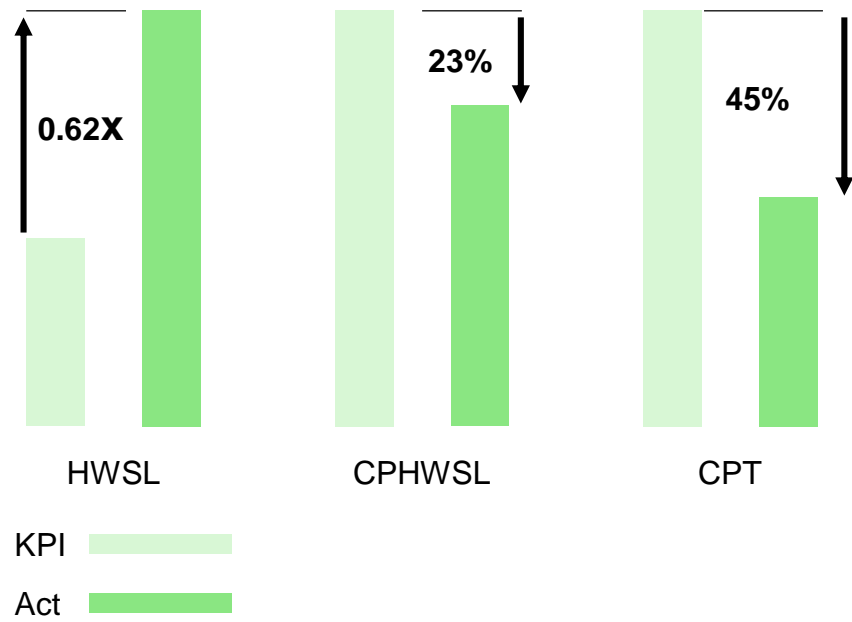
通过DCO投放动态创意，基于智能算法技术，针对不同人群展示不同产品和不同创意的广告，将不同收入（如月薪<1万/1-3万/3-5万等区间）、不同地域（如平原 vs. 山区）、不同需求（如购买新车 vs. 二手车置换）的人群精细划分，实时智能地展示创意内容中的车型、颜色、文案信息等，大幅提升点击率，真正实现“千人千面”

通过用户在落地页的行为数据，实时分析转化率更高的创意模板和内容所产生的反馈，使得反馈被竞价模型用来不断调优，进一步优化转化效果



投放结果

通过BiddingX为Jeep全车系SUV品牌提供的精细化营销实践，最终达成的HWSL达到了客户预期数量的1.62倍；落地页点击率提升59.5%；注册率提高了200%+；CPHWSL低于客户预期23%；CPT低于客户预期45%。三大车型的整体到店率达到9%。从质和量两个方面都获得了令人惊喜的效果，获得了客户和代理商的高度认可。



	有效注册完成率	到店率
指南者	175.00%	9.14%
自由光	156.00%	7.26%
大切诺基	156.70%	12.77%
整体	162.30%	8.95%

关于BiddingX：

舜飞旗下DSP平台，提供RTB、PMP、PDB多种媒介购买解决方案。BiddingX日均流量超过400亿，覆盖PC端、移动端、视频端，并在营销的每一环节，以领先的产品技术为支撑，为广告主提供全流程优化服务。

了解更多：www.biddingx.com