


数据赋能

数据智能赋能汽车企业突破创新

TalkingData汽车行业



新形式下用户的消费改变，消费降级？

消费降级？

消费结构升级？



消费能力发生**变化**



消费观念和消费心态发生**变化**



消费行为发生**变化**



用户需求，用户即数据，需求即数据

Who are our TAs ?

Where are they ?

What do they want ?



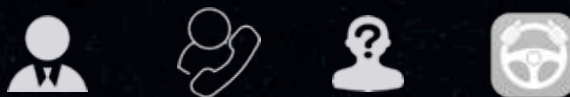
TalkingData 以用户为核心，了解不同用户不同阶段需求



新的消费形势下，汽车数据化战略SmartData



主机厂数据资产建立-夯实企业“智能化基础”



主机厂自有数据

- 线上
 - 广告投放监测数据
 - 线上自然流量数据
 - 网站, 社区, H5, APP平台, 公众号等媒体平台数据
 - 网络线索跟进转化数据
- 线下
 - 用户线下客流数据
 - 用户进店购车转化数据
 - 线下体验交互数据
- 车辆使用
 - 售后保养维护数据
 - 车辆使用形式数据
 - 车主个人信息数据



主机厂大数据资产平台

多触点数据集成

大数据安全

用户归一

大数据连接

数据集管理

大数据存储

数据探索

大数据计算

效果归因

大数据权限

TalkingData 数据

基本属性

- 性别
- 职业
- 人生阶段
- 车辆情况

兴趣偏好

- 线上触媒偏好
- 线下居住工作地点地理位置数据
- 周末出行偏好地理位置数据

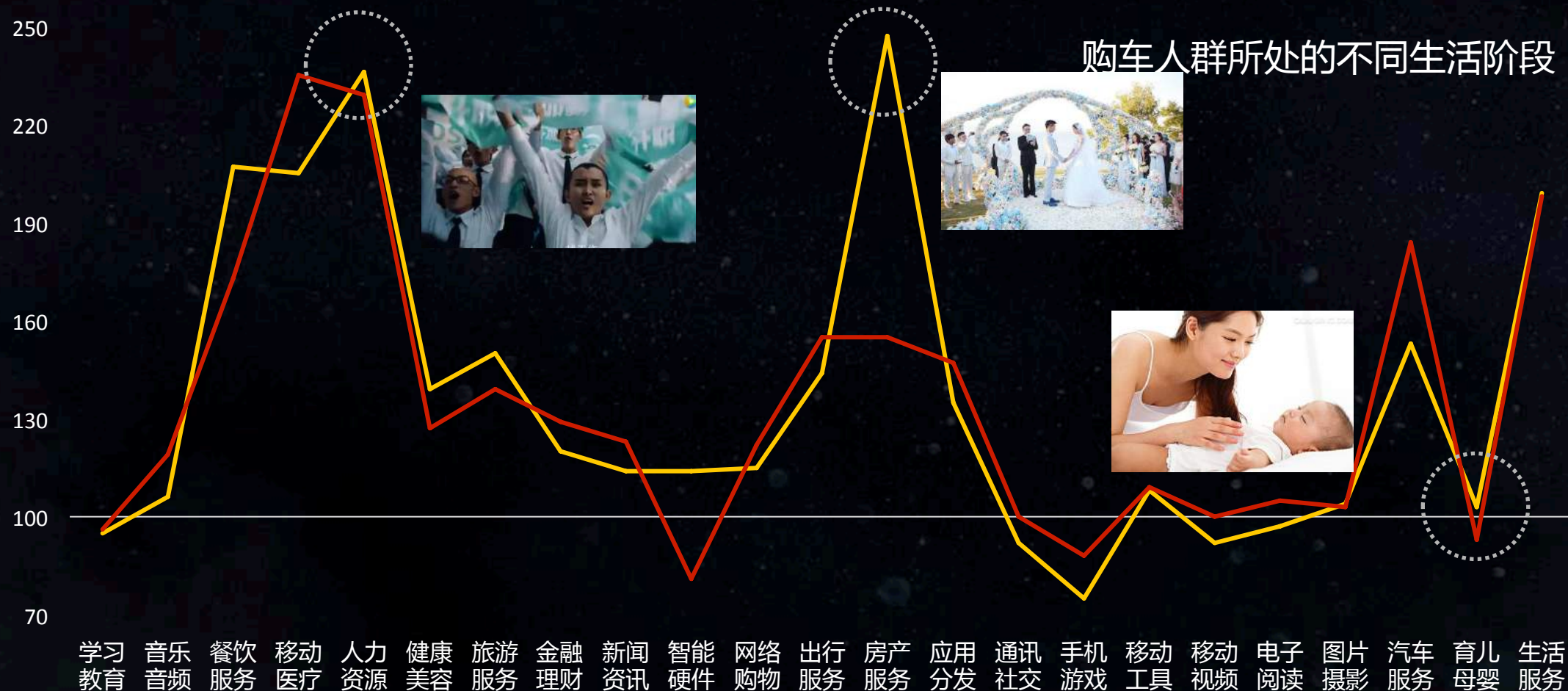
购买力

- 购买力评估
- 促销敏感度
- 信贷偏好



TalkingData 分国别意向人群洞察

购车人群“需求”—人·生活



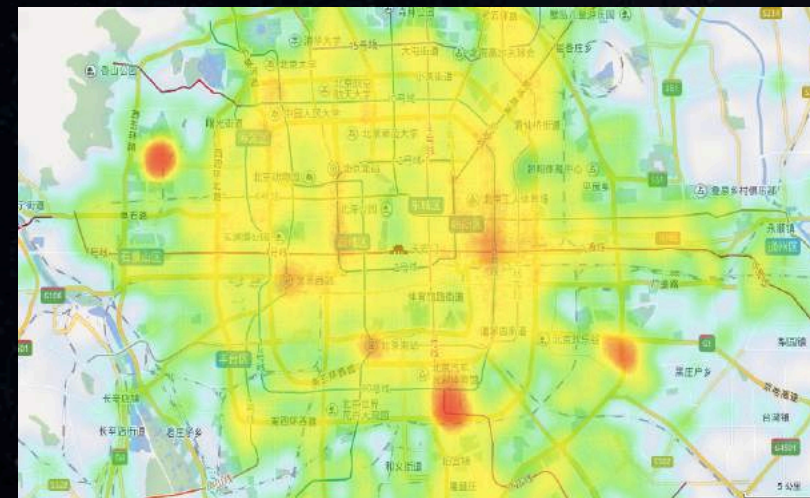
TalkingData 分国别意向人群洞察

购车人群“需求” — 车 · 通勤

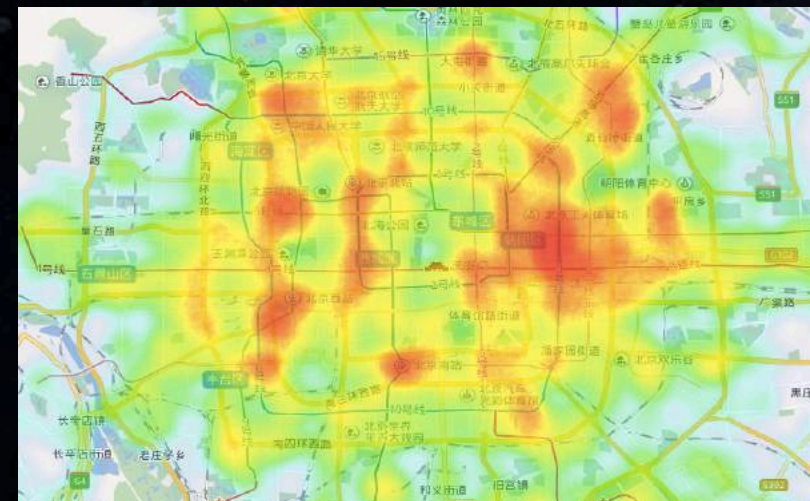
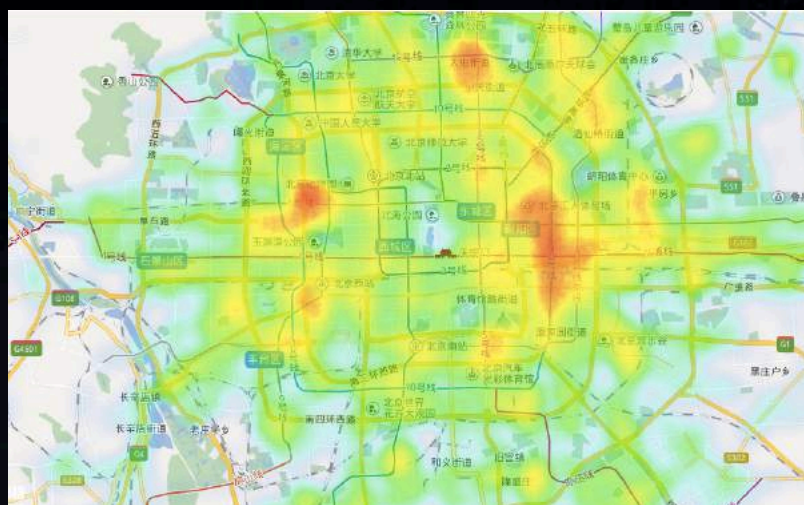
居住地

工作地

某中系品牌



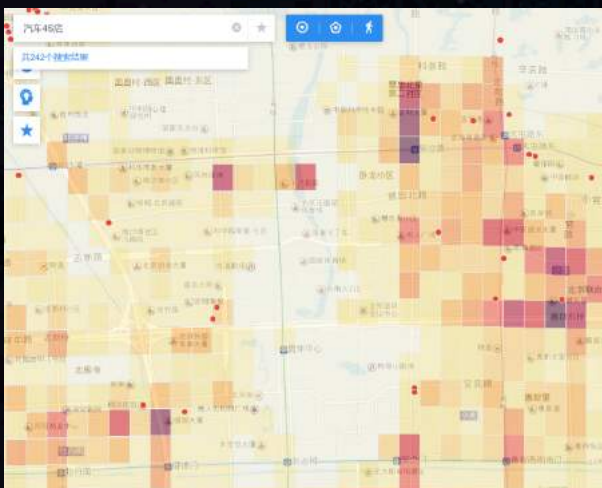
某欧系品牌



TalkingData 分国别意向人群洞察

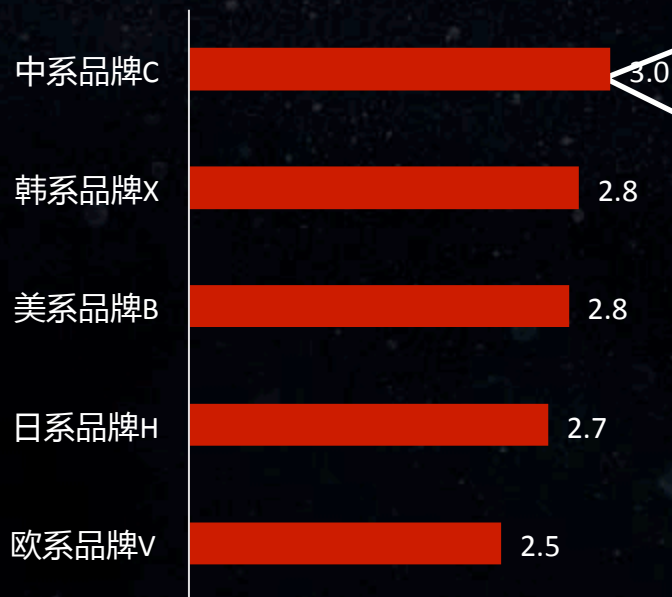
购车人群“兴趣”- 车·粘性

通过目标地理围栏跟踪客流



跟踪各品牌经销商客流

单个客户到访过的品牌总数量
(即过去3个月的客户去过的品牌数量)



识别客户竞品访问行为

中系品牌C 各竞品占比



主机厂数据中台-基于场景的大数据“成效化”解决方案

营销获客



营销转化



WEB MARKETING

再营销



TalkingData 数据应用

投放数据应用

智能营销闭环
(内部Push获客)

智能营销云平台
(用户洞察, 精准广告, LBS定投)

销售转化数据应用

移动运营平台
(投放监控, 移动平台监测)

客流运营
(店内, 城市客流洞察)

用户数据应用

智能营销云平台
(售后, 营销活动触达)

用户运营平台
(用户标签体系, 用户行洞察)

TalkingData 数据模型应用

用户分群算法, Lookalike算法

基于协通过滤的推荐算法, 用户评级算法模型

增换购回归预测模型

TalkingData 数据中台

某汽车主机厂数据智能突破创新解决案例-数据资产建立

线下精细化管理



体验中心门店客流数据、
AR/VR游戏体验数据

业务数据化



线下、线上客群数据打通，构建
人群细分标签

O2O战略落地



通过线上营销、线下
体验，开创汽车营销
新模式

线上互动体验，浏览记录



线下进店客流

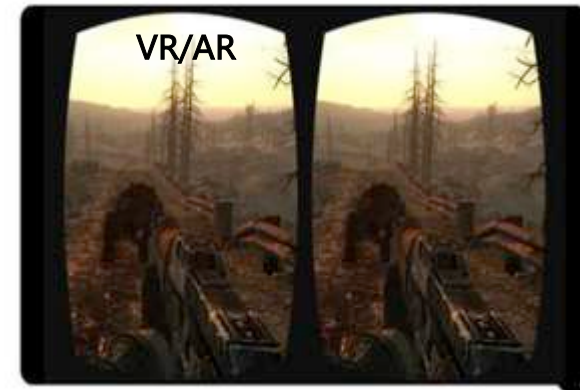
线下探针



人脸识别



VR/AR

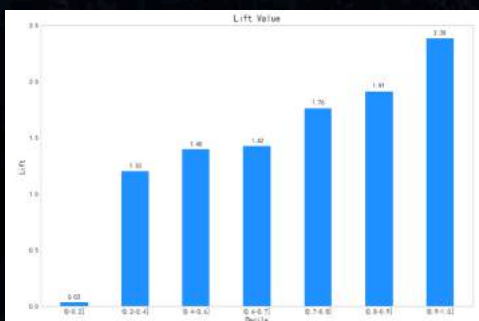
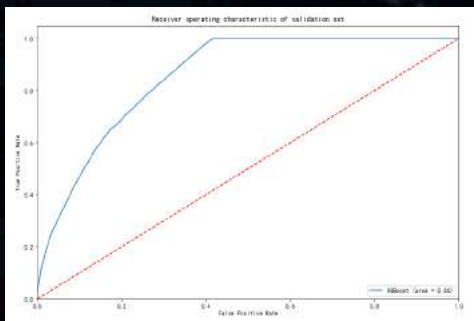


目标(线索评级模型)

- 利用模型判定用户跟进阶段状态（进店，成交）
- 通过模型分析影响用户决策的特征字段，并有针对性的补充用户标签

AUC=0.8

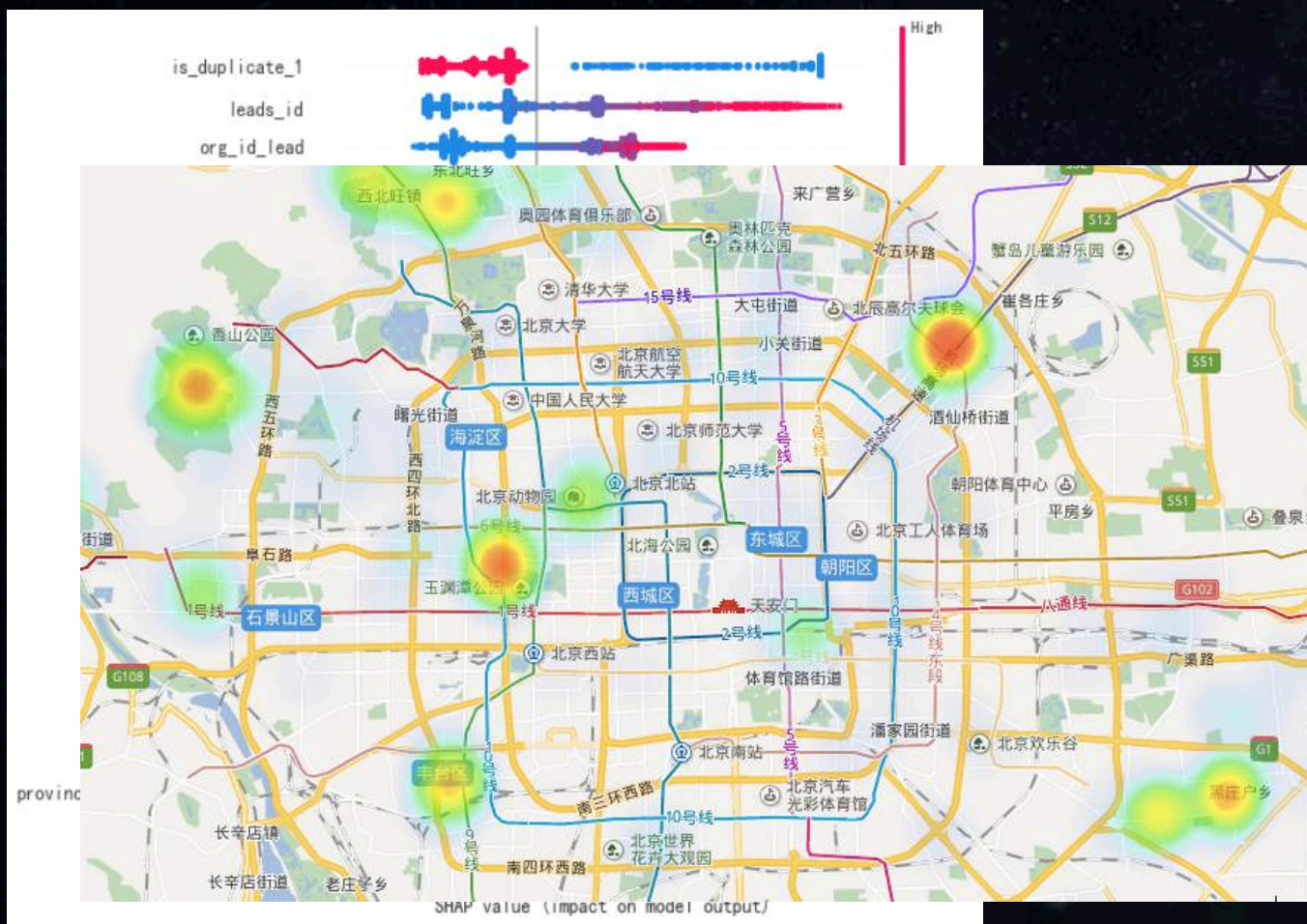
Lift = 2



DCC销售顾问工作量降低 20%-40%左右，同时为销售顾问提供用户标签

TalkingData

一方数据特征洞察，TalkingData三方数据特征洞察



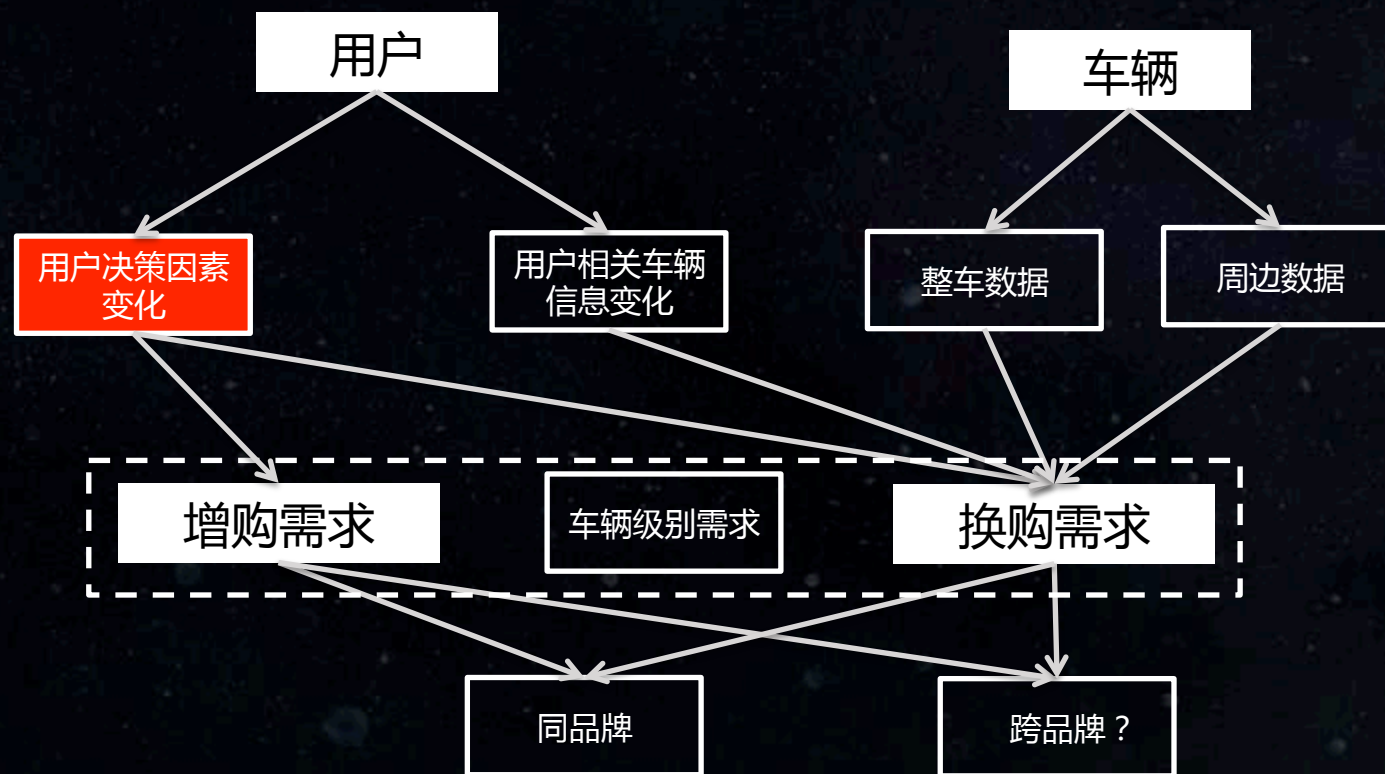
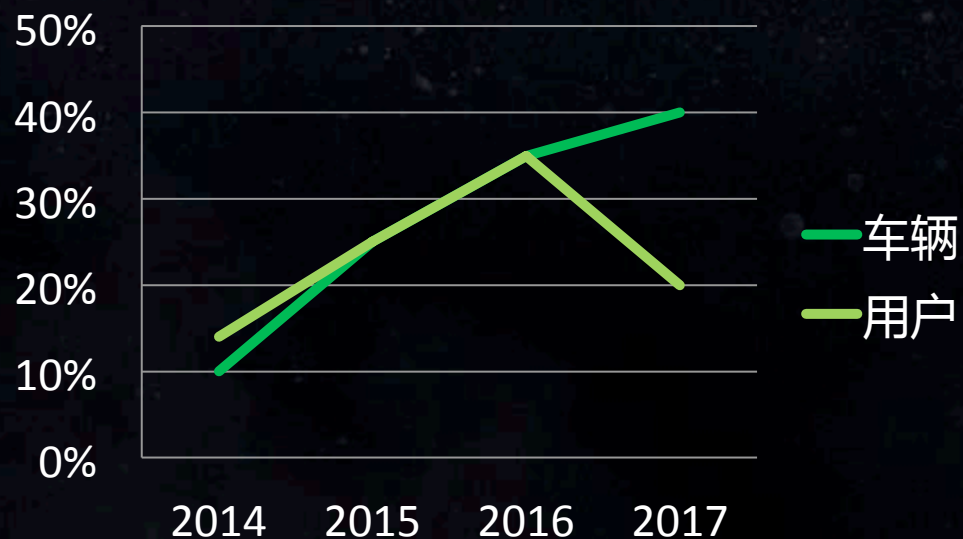
未来探索-数据资产：人车互联车，车生活Car-live

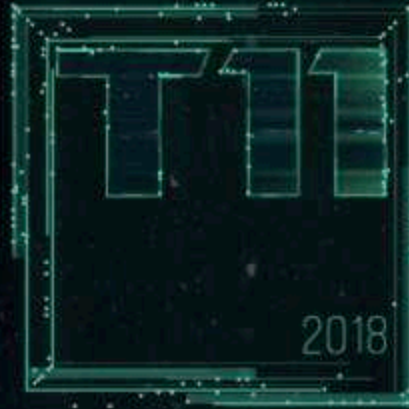


未来探索-数据中台：车辆增换购模型

目标(车辆增换购)

- 帮助经销商及时回访激活现有车主
- 预测客户换购车辆级别





THANKS