
Jeep 业务洞察工具 v1.1

移动端使用说明书

Jeep 市场部

2020-05-18

目录

- 一、产品简介..... 2
 - 1.1 功能概述..... 2
 - 1.2 数据说明..... 2
 - 1.3 功能架构..... 2
 - 1.4 应用价值..... 3
- 二、功能详情..... 4
 - 2.1 平台登录..... 4
 - 2.2 交叉购买考虑 4
 - 2.3 产品垂媒声量 6
 - 2.4 产品口碑..... 9
 - 2.5 产品满意&不满意因子 12
 - 2.6 产品购买&拒绝原因 13
 - 2.7 高频疑问..... 15
- 三、产品迭代计划 17
 - 3.1 数据源扩展..... 17
 - 3.2 人群画像功能开发..... 17

一、产品简介

1.1 功能概述

Jeep 业务洞察工具是大数据洞察平台。基于四大汽车垂直媒体数据，全方位洞察产品和受众，打造“人+车”洞察模式，目前对“车”的洞察功能已上线，囊括六大功能。为 Jeep 业务开展提供数据支撑，指导策略输出、产品优化。从而提高营销效率和营销效果，助力数字化转型。

1.2 数据说明

数据目前的主要来源为四大汽车垂直媒体：易车、汽车之家、太平洋、爱卡。整合各媒体不同版块内容，抓取文章、口碑、论坛、留资等信息。基于业务需求，统一标准建立模型，生成符合业务的数据图表。实现数据可视化。

1.3 功能架构

目前 1.1 版本已有的功能集中在“车”的洞察，即“产品洞察力舆情洞察”模块。其架构包括 6 大功能：

1. 交叉购买考虑：根据用户线上留资行为、用户提及行为，反映产品竞争格局。
2. 产品垂媒声量：基于媒体和个人在网站上发表的文章及口碑，建立模型计算产品声量。
反映本竞品声量及销量对比情况。
3. 产品口碑：抓取用户在各大垂媒发声，分析正负面评价数量变化趋势、正负评价占比以及口碑内容一级维度占比情况。反映用户对车系的总体评价情况。
4. 产品满意&不满意因子：基于购车用户在口碑板块发声，通过语义分析模型，深度挖掘用户满意点和抱怨点分布情况。反映本产品优劣势。

-
5. 产品购买&拒绝原因: 同样基于购车用户在口碑板块发声, 提取“购车原因”相关语句, 统计用户购买和拒绝原因分布情况。反映本竞品哪些因素影响了用户购车决策。
 6. 高频疑问: 基于各大媒体论坛问答帖, 统计用户对产品疑问点分布情况。反映用户在选车、购车、买车到用车各阶段对产品的疑问和关注点。

1.4 应用价值

为定制化策略提供支撑

1. 快速挖掘特定时间、特点区域的竞争格局、产品声量、产品满意度等数据。解决策略定制过程中, 数据颗粒度不精细且耗时耗力的难题。
2. 本竞品横向对比的同时, 支持区分媒体来源、区分用户属性, 多种维度进行交叉分析。
3. 信息深度挖掘, 定制产品评价标签, 精细化至三级维度。让洞察不停于表面。

为产品更迭优化提供方向

通过“产品购买&拒绝原因”“满意&不满意因子”高频疑问”三大功能板块, 了解购车前用户关注点, 购车后用户评价, 用户疑问点, 360度全方位掌握产品优劣势, 为产品更迭优化方向提供参考。

二、功能详情

2.1 平台登录

访问地址为: <http://jeep.bitsmart.com.cn/#/sign-in>



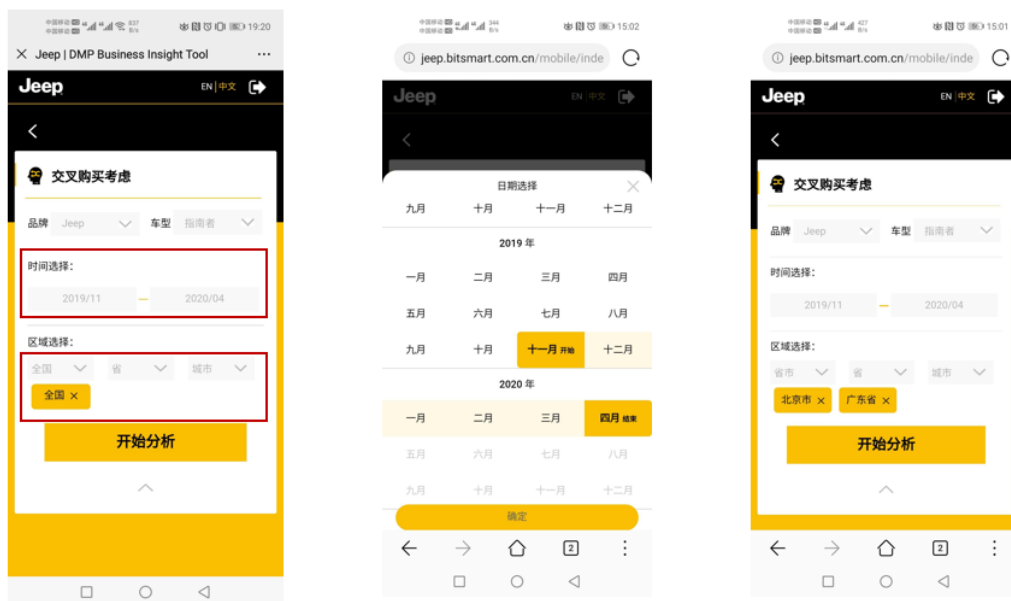
1. 可在登录页查看隐私政策了解产品安全技术政策, 可在帮助与说明里了解产品数据源、更新频率、迭代计划等内容, 也可以填写意见与建议, 意见将自动反馈至指定邮箱。

2.2 交叉购买考虑

1. 数据源

图表“交叉购买-垂媒留资数据”源自易车产品体系线上各版块各渠道留资统计; 图表“交叉购买-用户提及数据”源自用户在本品口碑和论坛板块提到竞品的数量, 以及提及到本品的竞品论坛帖子数量。

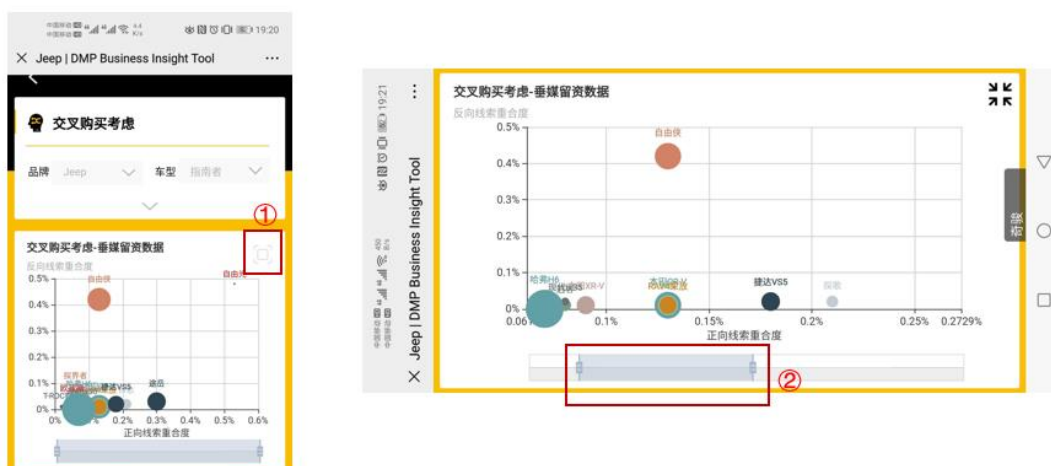
2. 筛选维度



- (1) 产品：品牌、车系；
- (2) 时间：按月筛选；
- (3) 地域：可选择全国或省份，省份支持多选。

3. 图表详解及操作说明

- (1) 交叉购买-垂媒留资数据

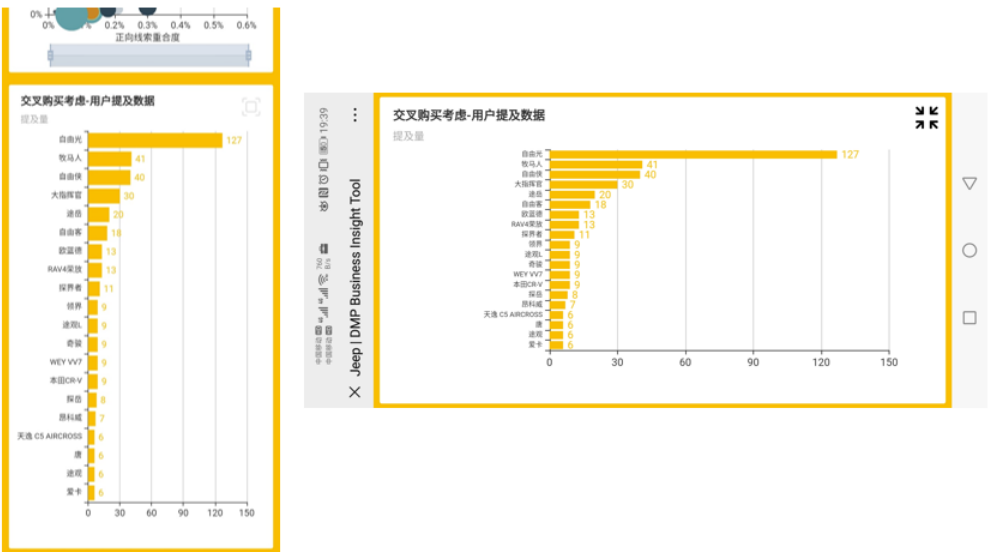


图表样式为气泡图，横坐标正向线索重合度表示：给本品 A 提交线索的人中有多大比例又给 A 的竞品车系 B 留资了。纵坐标逆向线索重合度表示：给竞品 B 提交线索的人中有多大比例

又给本品 A 留资了。圆形大小表示重合线索量。当逆向重合占比大于正向重合占比时，可判断为本品车系更有竞争力，反之则竞品车系更具竞争力。

①点击右上角放大符号，图表可横屏放大展示。②通过收缩移动图表下的滑竿可更清晰查看气泡图，手指可点击任意一个气泡，可查看具体数值。

(2) 交叉购买-用户提及数据



图表样式为条形图，按照用户提及到竞品的数量大小排序，只展示 TOP20 的竞品车系。

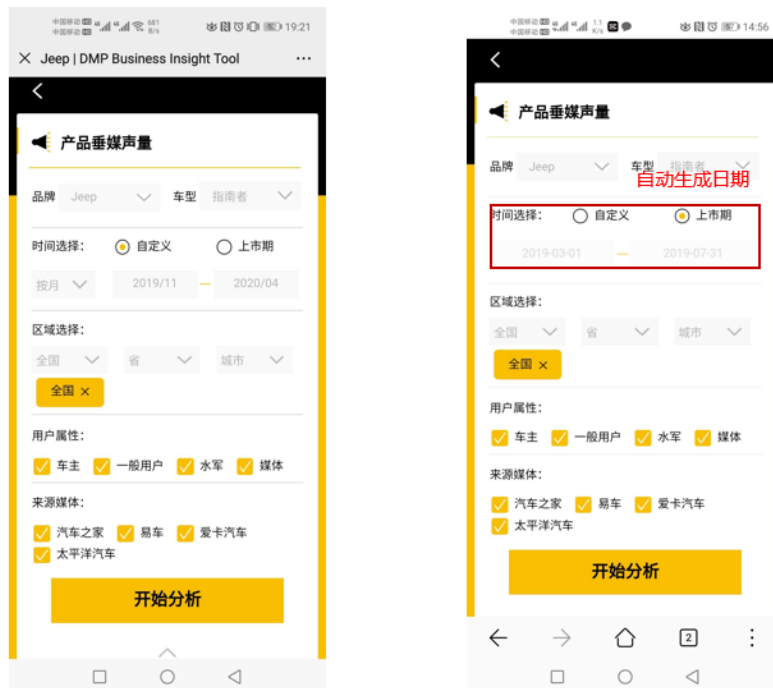
点击右上角放大符号，图表可横屏放大展示。

2.3 产品垂媒声量

1. 数据源

基于各大媒体文章、论坛、口碑等板块发帖数及评论数,按照符合业务理解的模型进行分析,得出产品声量值;销量来源为乘联会综合零售销量数据。

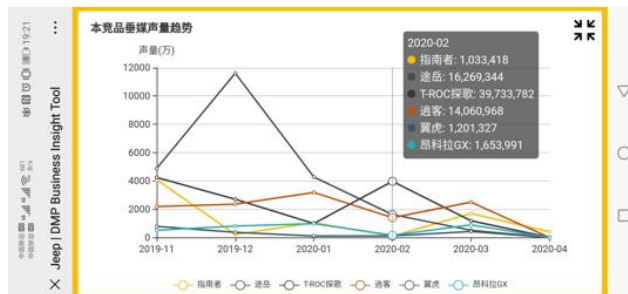
2. 筛选维度



- (1) 产品：品牌、车系；
- (2) 时间：可自定义按月、按日筛选，也可选择上市期，上市期默认为所选车系最新年款上市月份的前 1 个月至后 3 个月（比如车 A 2019 款于 2019 年 4 月上市，则上市期默认为 2019 年 3 月 1 日至 2019 年 7 月 31 日）；
- (3) 地域：支持全国、省份、城市选择，省份，城市支持单选或多选；
- (4) 用户属性：包括车主，一般用户，水军，媒体，支持单选或多选；
- (5) 来源媒体：汽车之家、爱卡、易车、太平洋汽车，支持单选或多选。

3. 图表详解及操作说明

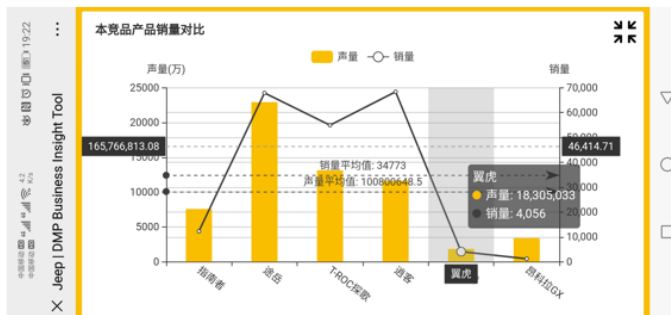
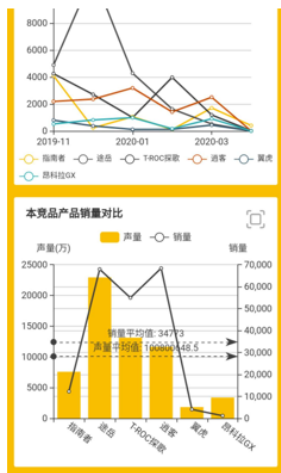
- (1) 本竞品垂媒声量趋势



图表样式为折线图,横坐标为时间,纵坐标为声量值。反映所选时间段内产品声量变化趋势。

当产品选择为 Jeep 品牌时,默认同时出现本竞品数据,竞品为基于业务需求指定的车系,如选其他品牌车系时,则只展示单个车系数据。点击图表区域,可展示对应时间点所有车系的具体数值。点击图表右上角放大图标可横屏查看。

(2) 本竞品声量销量对比



图表样式为柱状-折线图,柱状代表声量,对应主纵坐标轴为声量值,折线表示销量,对应次纵坐标值为销量值。反映所选时间段内产品声量总值和销量总值。另图表上分别展示了本竞品

的声量均值和销量均值，方便一眼对比车系所处水平。

因销量数据为每月销量，无法具体到天，所以时间选择为日和上市期时，不显示销量数据。

当产品选择为 Jeep 品牌时，默认同时出现本竞品数据，竞品为基于业务需求指定的车系，如选其他品牌车系时，则只展示单个车系数据。点击图表区域，可展示对应车系的具体数值。点击图表右上角放大图标可横屏查看。

2.4 产品口碑

1. 数据源

基于文章、论坛、口碑原文，通过语义分析，计算得出提及量和占比数据。

2. 筛选维度

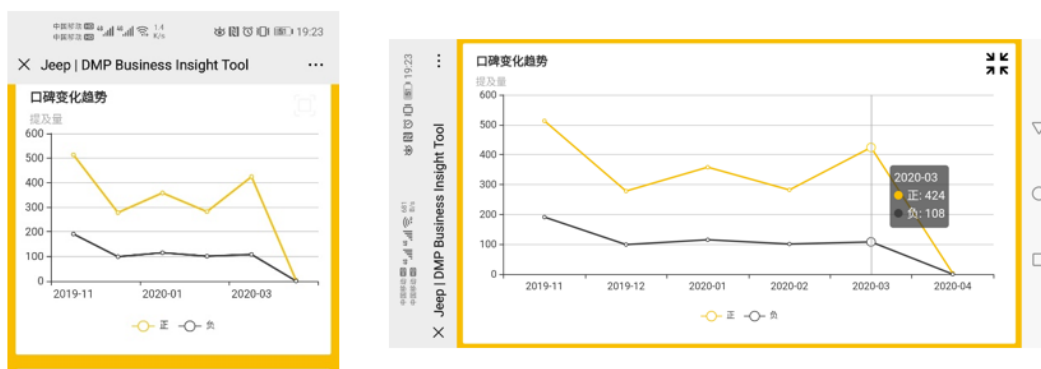
The screenshot shows the 'Jeep | DMP Business Insight Tool' interface. The '产品口碑' (Product Reputation) section is active. It features several filter categories: '品牌' (Brand) set to 'Jeep', '车型' (Model) set to '指南者'; '时间选择' (Time Selection) with '自定义' (Custom) selected and a date range from '2019/11' to '2020/04'; '区域选择' (Region Selection) with '全国' (National) selected; '用户属性' (User Attributes) with checkboxes for '车主' (Owner), '一般用户' (General User), '水军' (Water Army), and '媒体' (Media); and '来源媒体' (Source Media) with checkboxes for '汽车之家' (Autohome), '易车' (Yiche), '爱卡汽车' (Aika), and '太平洋汽车' (Taipingyang). A prominent yellow '开始分析' (Start Analysis) button is located at the bottom of the filter section.

(1) 产品：品牌、车系；

- (2) 时间：可自定义按月、按日筛选，也可选择上市期，上市期默认为所选车系最新年款上市月份的前 1 个月至后 3 个月（比如车 A 2019 款于 2019 年 4 月上市，则上市期默认为 2019 年 3 月 1 日至 2019 年 7 月 31 日）；
- (3) 地域：支持全国、省份、城市选择，省份，城市支持单选或多选；
- (4) 用户属性：包括车主，一般用户，水军，媒体，支持单选或多选；
- (5) 来源媒体：汽车之家、爱卡、易车、太平洋汽车，支持单选或多选。

3. 图表详解及操作说明

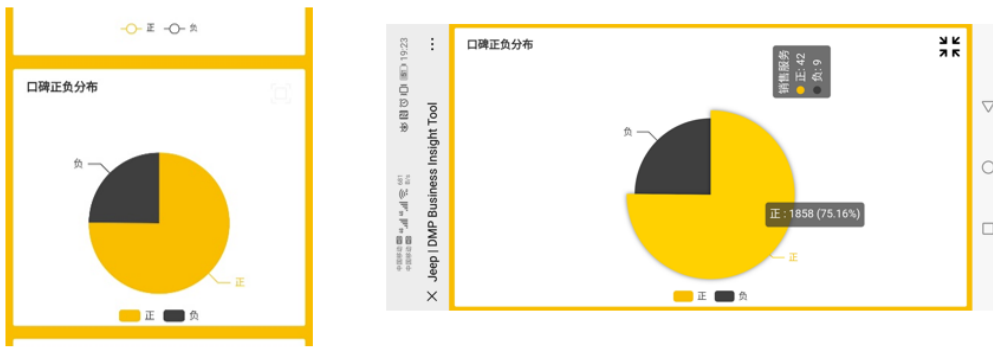
(1) 口碑变化趋势



图表样式为折线图，反映在特定时间内产品口碑的变化趋势。并区分正面和负面评价。

点击图表区域，可展示对应车系的具体数值。点击图表右上角放大图标可横屏查看。

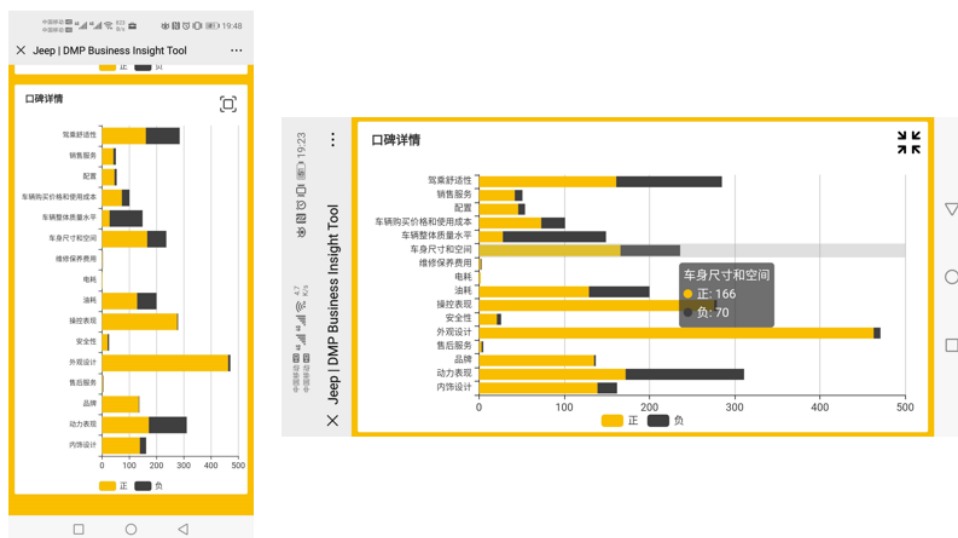
(2) 口碑正负分布



图表样式为饼状图，反映特定时间内的正负评价占比情况。

点击图表区域，可展示对应车系的具体数值。点击图表右上角放大图标可横屏查看。

(3) 口碑详情



图表样式为条形图，纵坐标为产品评价体系一级维度，每一项维度都显示了正面和负面的提及量。反映用户在评价产品时，最多提及什么，以及正面、负面评价重点在哪。

点击图表区域，可展示对应车系的具体数值。点击图表右上角放大图标可横屏查看。

2.5 产品满意&不满意因子

1. 数据源

全部来自于媒体的口碑板块发帖内容。

2. 筛选维度



The screenshot shows a mobile application interface for 'Jeep | DMP Business Insight Tool'. The main title is '产品满意&不满意因子'. Below the title, there are several filter sections: '品牌' (Brand) set to 'Jeep', '车型' (Model) set to '指南者', and '年款' (Year) set to '自定义'. The '时间选择' (Time Selection) section has '自定义' (Custom) selected, with a date range from '2019/11' to '2020/04'. The '区域选择' (Region Selection) section has '全国' (National) selected. The '来源媒体' (Source Media) section has four checkboxes: '汽车之家' (Autohome), '易车' (Yiche), '爱卡汽车' (Acar), and '太平洋汽车' (Taipingyang), all of which are checked. A yellow '开始分析' (Start Analysis) button is at the bottom. A red text annotation points to the '来源媒体' section, stating: '该板块数据来自于真实车主，故不区分用户属性' (The data in this section comes from real car owners, so it does not distinguish user attributes).

- (1) 产品：品牌、车系，年款；
- (2) 时间：可自定义按月、按日筛选，也可选择上市期，因同一车系不同年款上市日期不同，所以选择上市期必须选择年款，上市期默认为上市月份的前 1 个月至后 3 个月（比如车 A 于 2019 年 4 月上市，则上市期默认为 2019 年 3 月 1 日至 2019 年 7 月 31 日）；
- (3) 地域：支持全国、省份、城市选择，省份，城市可多选；
- (4) 来源媒体：汽车之家、爱卡、易车、太平洋汽车，支持单选或多选。

3. 图表详解及操作说明



图表为三个可联动的条形图，从一级、二级、三级维度深入挖掘用户在购车后对产品的使用评价，得出每一个标签占该车系所有标签的比例。可以纵向对比用户对“外观，内饰，动力”等多方面的关注度大小，也可以横向对比本竞品对同一标签的关注度，更清晰把握产品优劣势。

图表上方选择满意或不满意。点击一级维度的条形，可展开对应的二级维度占比，点击二级维度的条形，展开对应的三级维度占比（比如：点击一级维度的“操控表现”，二级维度自动出现“操控性，行驶或转向操控，越野性或四驱能力”，再点击行驶或转向操控，三级维度出现“转向精准度”等标签占比）。另外因移动端版面有限，竖屏时只展现一个车的数据，点右上角放大按钮可查看本竞品对比数据（仅限 Jeep 品牌，其他品牌只展现本品车数据）。

2.6 产品购买&拒绝原因

1. 数据源

全部来自于媒体的口碑板块发帖内容。提取关于“为什么选择这款车”内容，反映用户购车

理由及拒绝购买理由分布情况。

购买理由为用户在本品车口碑中发布的评价，拒绝理由为用户在竞品车口碑中发布的评价，且提到为什么不买本品（比如用户买了 B 车，在 B 车口碑板块发帖，提到“B 的外观好看，就买了 B，当时还看了 A，但 A 动力不够就没买”，那么外观好是 B 的购买原因，动力不好是 A 的拒绝理由）。

2. 筛选维度

中国移动 4G 694 19:24

Jeep | DMP Business Insight Tool

产品购买&拒绝原因

品牌 Jeep 车型 指南者

年款

时间选择: ☒ 自定义 ☐ 上市期

按月 2019/11 — 2020/04

区域选择:

全国 省 城市

全国 x

来源媒体:

☒ 汽车之家 ☒ 易车 ☒ 爱卡汽车

☒ 太平洋汽车

开始分析

该板块数据来自于真实车主, 故不区分用户属性

- (1) 产品：品牌、车系，年款；另外因用户在评价时提及竞品不会具体到某一年款，所以拒绝原因无法具体到年款，只能到车系，
- (2) 时间：同 2.5 产品满意&不满意因子的时间选项，另外因拒绝原因无法具体到年款，故只能查看上市期的购买原因。
- (3) 地域：支持全国、省份、城市选择，省份，城市可多选；

(4) 来源媒体：汽车之家、爱卡、易车、太平洋汽车，支持单选或多选。

3. 图表详解及操作说明



同 2.5 产品满意&不满意因子板块。

2.7 高频疑问

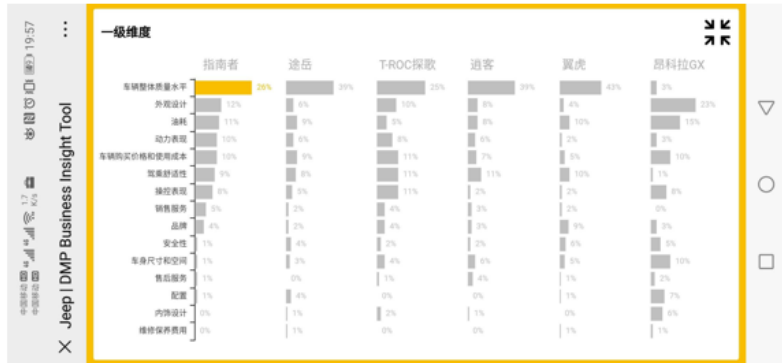
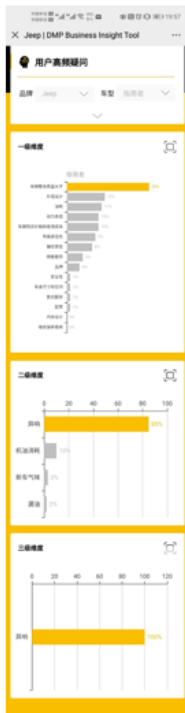
1. 数据源

来自各媒体的问答板块，以及论坛里的问答帖。反映用户对产品疑问点的分布情况。

2. 筛选维度

- (1) 产品：品牌、车系；
- (2) 时间：可自定义按月、按日筛选，也可选择上市期，上市期默认为所选车系最新年款上市月份的前 1 个月至后 3 个月（比如车 A 2019 款于 2019 年 4 月上市，则上市期默认为 2019 年 3 月 1 日至 2019 年 7 月 31 日）；
- (3) 地域：支持全国、省份、城市选择，省份，城市可多选；
- (4) 用户属性：车主、一般用户、水军，支持单选或多选；
- (5) 来源媒体：汽车之家、爱卡、易车、太平洋汽车，支持单选或多选。

3. 图表详解及操作说明



同 2.5 产品满意&不满意因子板块。

三、产品迭代计划

3.1 数据源扩展

目前除主要垂直媒体外, 计划扩展更多其他媒体数据源, 预计在 7 月中旬上线懂车帝数据。

3.2 人群画像功能开发

目前已完成“车”的洞察, 对“人”的洞察将在下一阶段进行, 预计分为 5 个板块:

1. 人口统计: 即性别、年龄、学历、地域分布等基础属性
2. 触媒习惯: APP 使用行为
3. 兴趣爱好: 线上浏览行为偏好

4. 内容偏好：对内容类型等偏好情况

5. 消费能力：消费水平

具体内容以开发后功能为准。

想了解更多请持续关注, 如有需求可联系市场部数字智能营销团队, 联系人: 罗洁、史兴忠,

联系人邮箱: luojie@gacfcasales.com, shixz@gacfcasales.com。