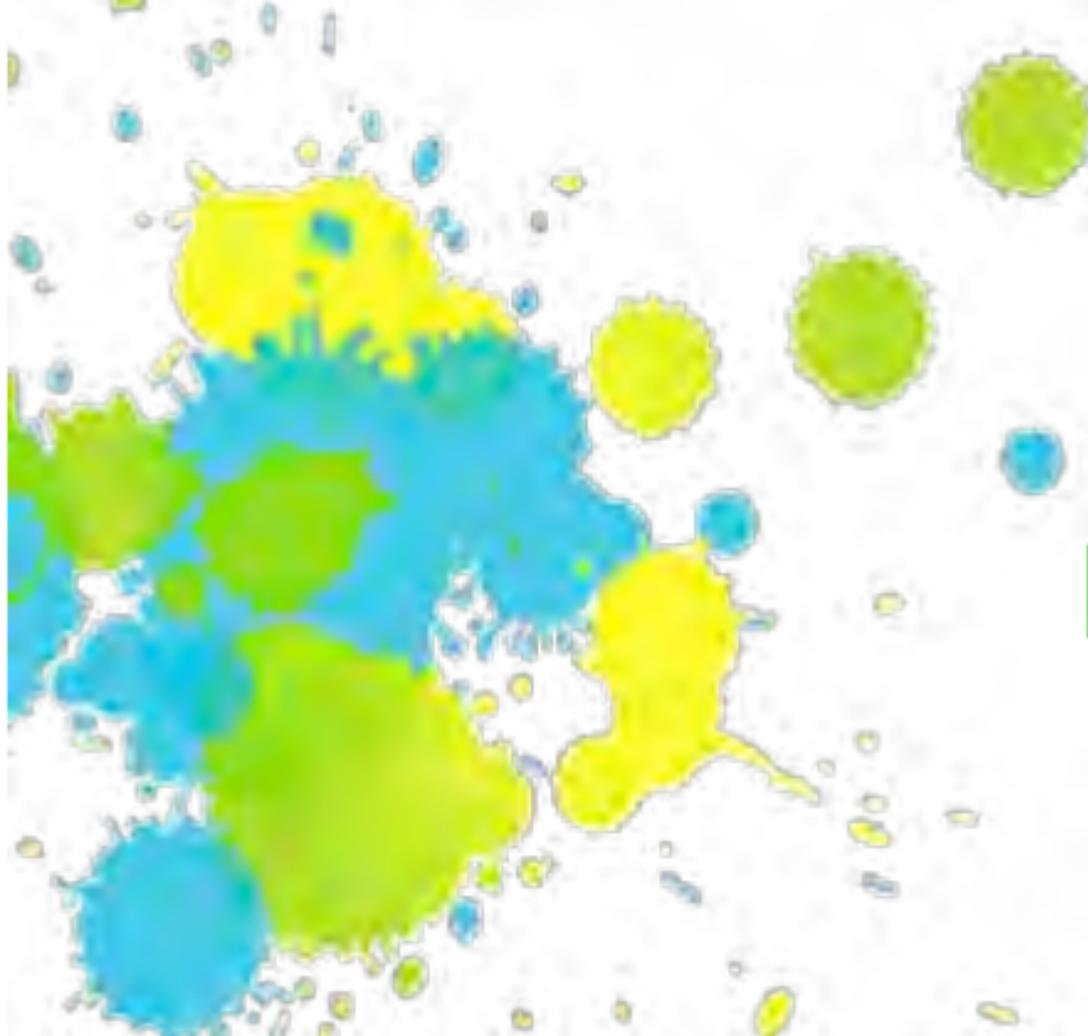


移动互联网时代

汽车营销如何撬动90后的心

易车公司 | 高级副总裁 | 刘晓科



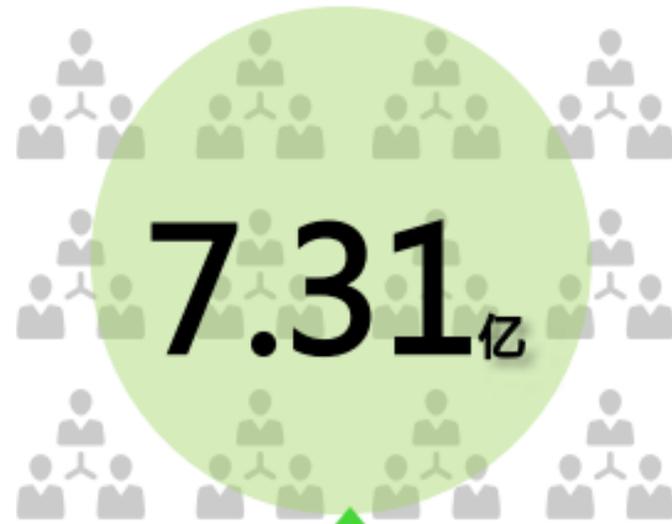


PART 01

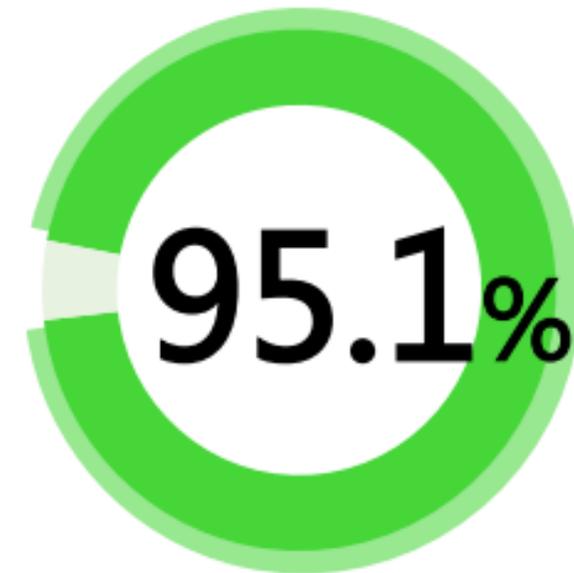
移动互联网时代 营销重心趋向90后



互联网移动化趋势明显



截至2016年12月，中国网民规模达7.31亿



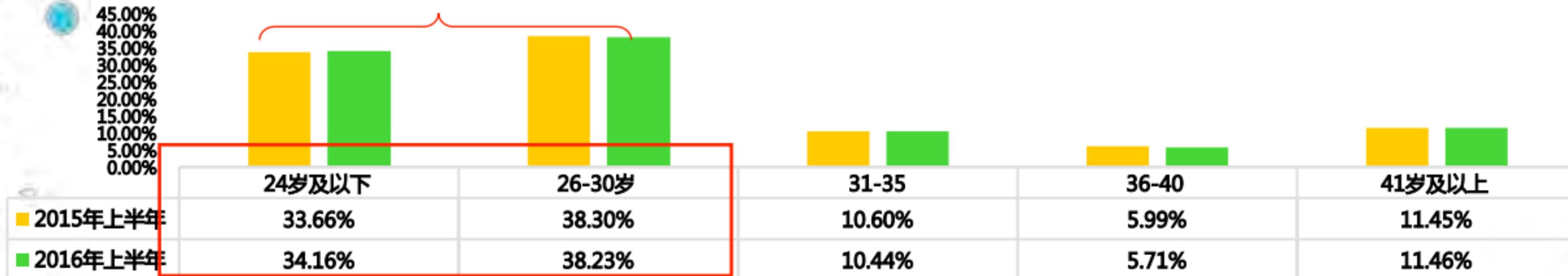
网民中
移动端规模占比
高达95.1%

截至2016年12月，我国手机网民规模达6.95亿

移动端用户90后特征明显

移动互联整体用户年龄分布变化情况

30岁以下用户占比维持在70%以上



发现：紧抓90后将成为赢得未来的重要布局

随着90后迈入职场有稳定收入，90后进入主流社会的浪潮袭来，意味着90后开始成为工作人群、消费人群的生力军

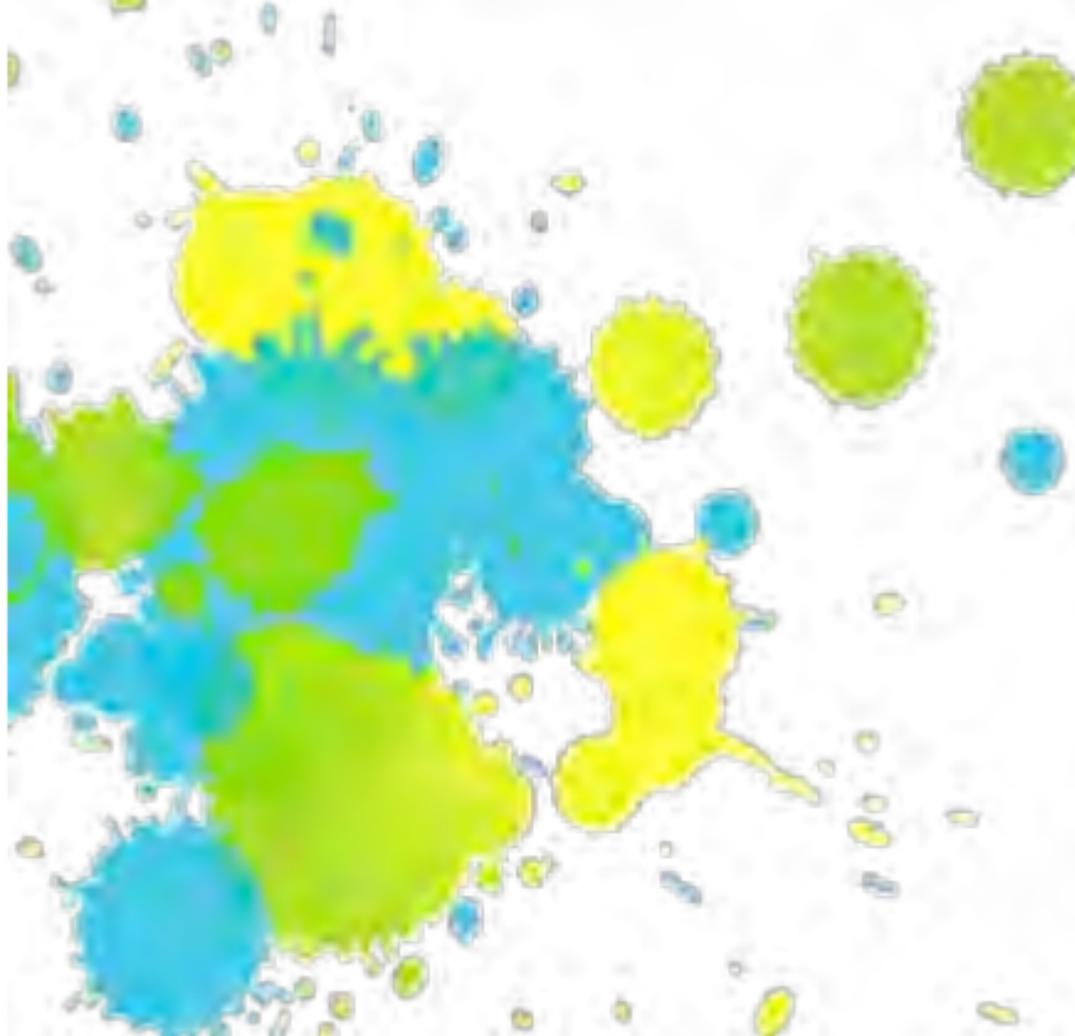
01
→ 互联网移动化
趋势明显

02
→ 移动端用户
90后特征明显

03
→ 90后主力消费
群体趋势明显



近2亿的
90后人群正成长为社会主力



PART 02

解读90后
迈出营销变革第一步



90后用户画像

90后群体：规模大，个人经济状况以及消费意愿更乐观，学历高、收入高

11%

+4%
vs 总体 Overall

小型公司老板/企业主



90后存在明显的人群特征
年轻创业领袖/年轻白领



+11%
vs 总体 Overall

公司普通职员/白领

33%

90后用户画像

不同于70、80后的集体生活，信息时代给90后带来了新的社交方式，他们更向往“**圈子和部落**”文化

他们的圈子是以...

共同的**兴趣**和**价值观**为基础



90后汽车用户的圈子特点鲜明

区别于70/80汽车用户，90后汽车消费者的需求**更社交，更科技**



19% +5% vs 总体

对于90后消费者来说**一个重要的购车驱动原因是为了与朋友交际与出行**

座椅材质
90后更关注



交互配置
90后更关注

车载智能
90后更关注

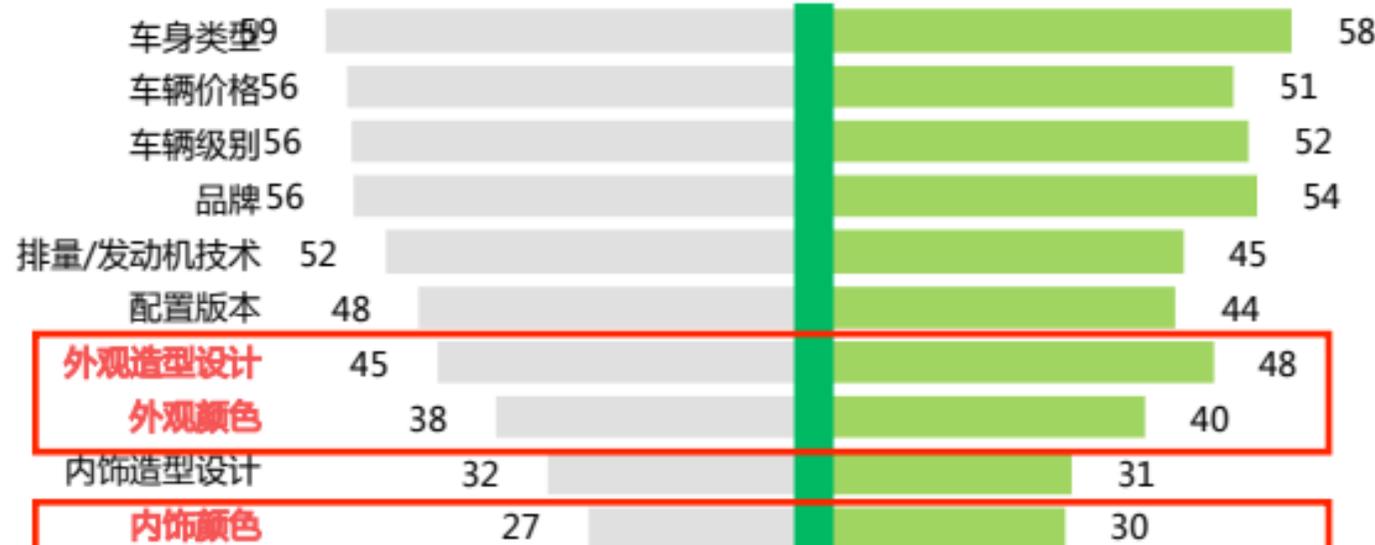


多媒体
90后更关注

90后汽车用户的圈子特点鲜明

区别于70/80汽车用户，90后汽车消费者是**纯纯的外貌协会**，颜值决定消费

购车时由自己决定的因素



80后
Post-80s
装配论消费者



配置
Configuration

各类参数
Parameters

排量
Displacement

品牌
Brand

轴距



颜值
Appearance



90后
Post-90s

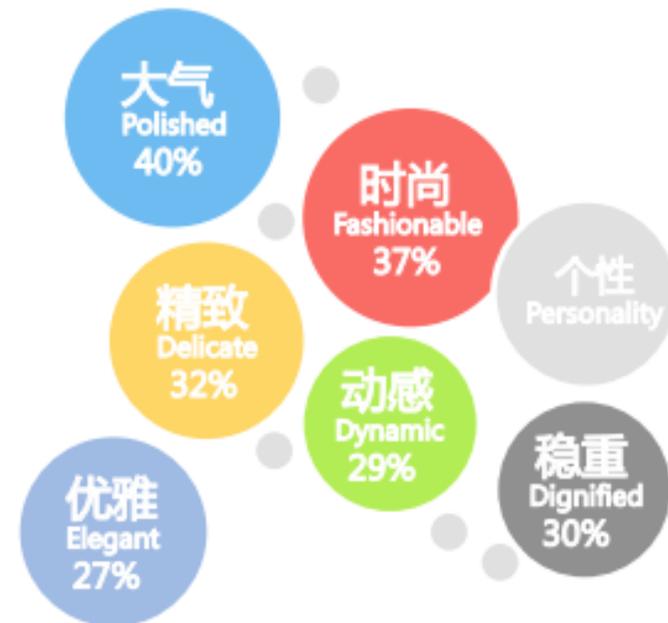
外貌协会消费者

Overall
90后
总体
Post-90s

90后的车辆需求

90后的喜好更加多样化、有各自的审美标准，他们拥有自己的语言，传统词语已经无法与他们产生共鸣

传统语言



90后的语言



总结



消费主力军的90后

要针对圈子及文化进行产品设计



颜值担当的90后

对颜值关键词着重理解



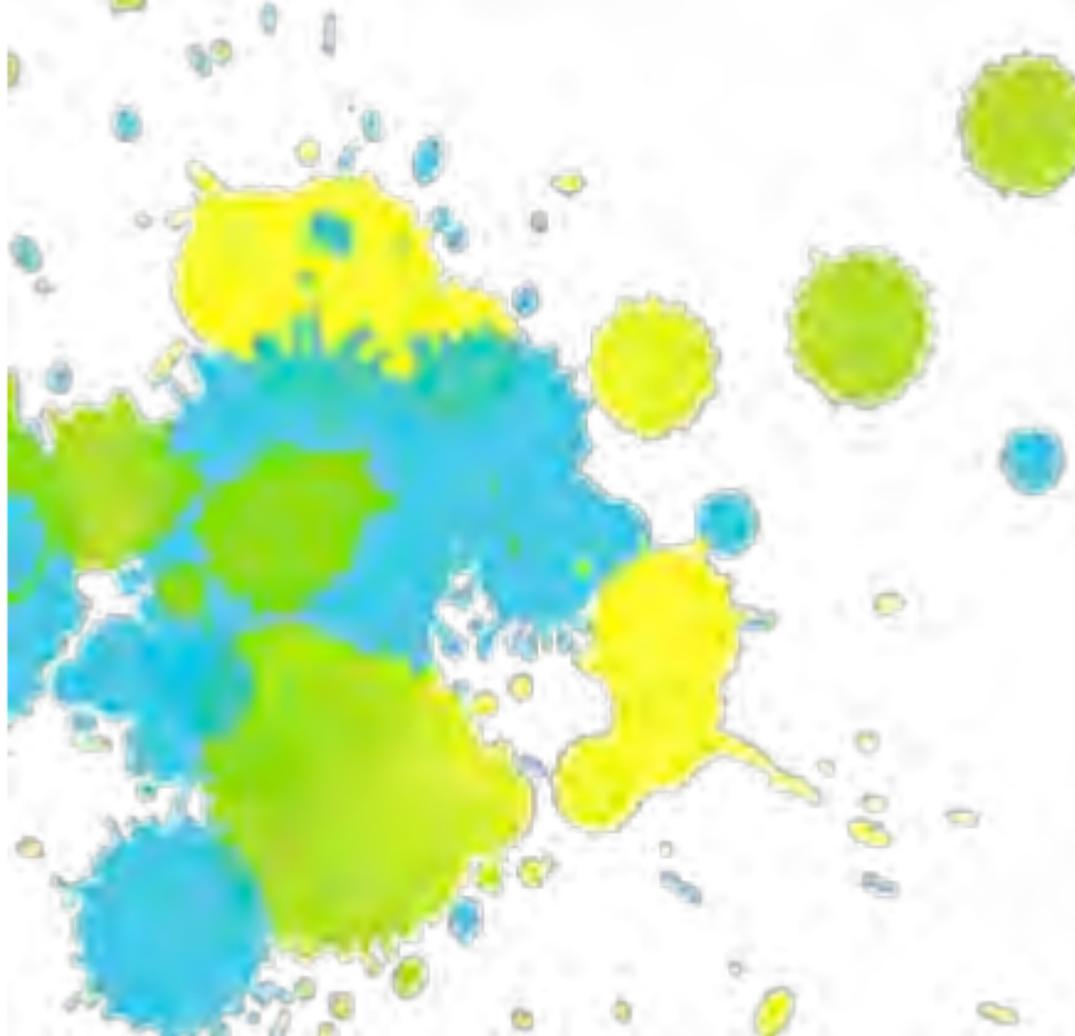
创新语言的90后

使用他们的语言进行沟通



科技社交的90后

满足科技植入之后轻松社交的需求



PART 03

对话90后
重构营销 搭建汽车生态



易车沟通策略

目标
90后年轻化消费群体

Interest
产生兴趣

Desire
建立购买意愿

Decision
采取决策

Sale
形成销售

精准挖掘与服务90后用户群体

打造年轻化的交流沟通

迎合年轻人的消费模式

易车汽车生态系统

大数据

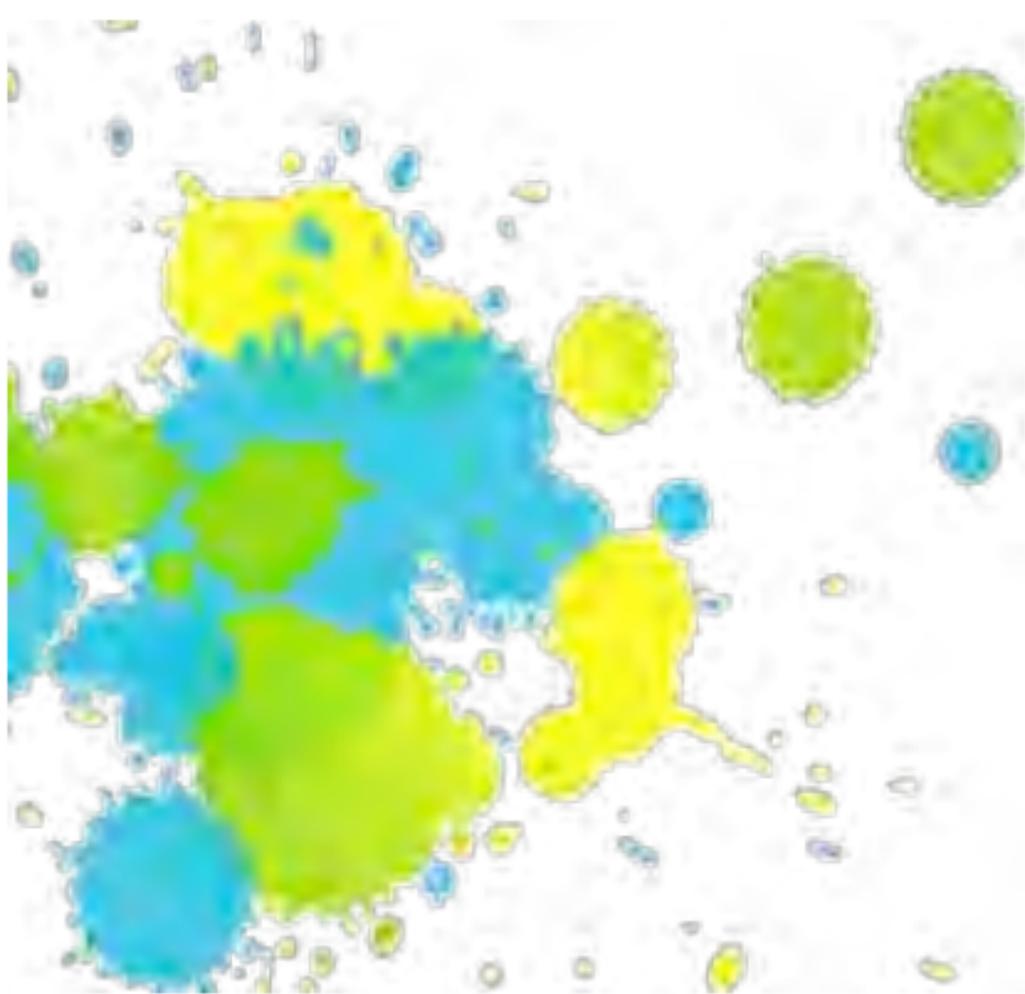
人+车数据核心驱动
实现精准用户挖掘与服务

媒体平台

开放、包容、优质
丰富的汽车内容聚合器

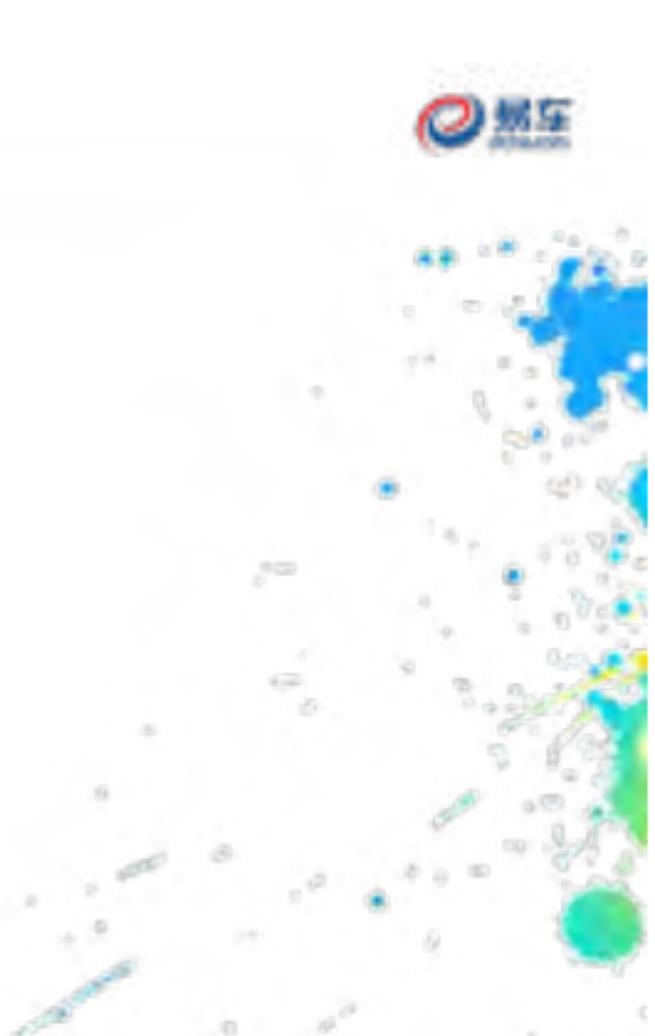
交易服务平台

汽车金融工具
有效降低交易门槛撬动成交



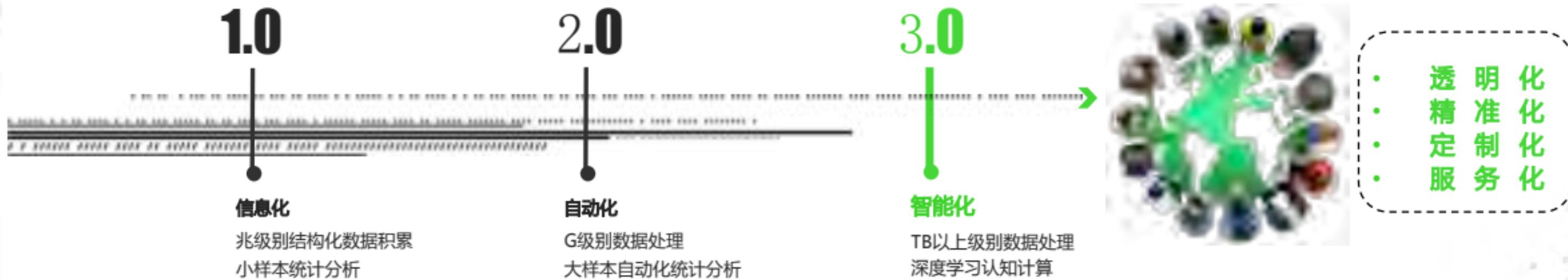
易车大数据-精准挖掘与服务90后购车群体

人+车数据核心驱动，实现精准用户挖掘与服务



精准挖掘与服务90后购车群体

易车进入“智能数据引擎3.0”时代，**大数据强大后盾**，提供更符合90后的触网需求



精准挖掘与服务90后购车群体

基于大数据优化的营销体验，更易捕捉90后购车群体



人找内容

Get the Right thing voluntarily

90后浏览内容更易于接受精准定制化推送

推荐+搜索 用户洞察 内容洞察

通过大数据推荐引擎，实现“内容找人”



内容找人

Send the Right thing to the Right person

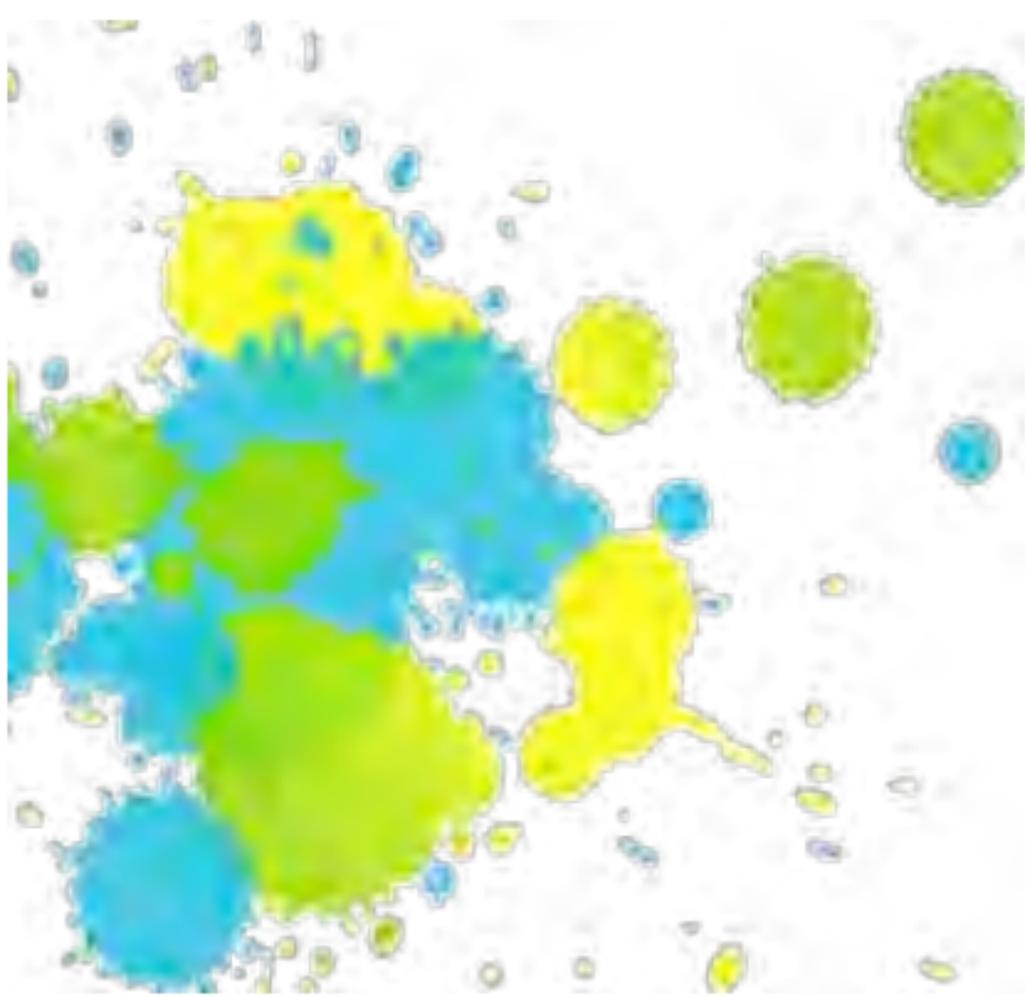
人工智能

特征引擎

推荐引擎

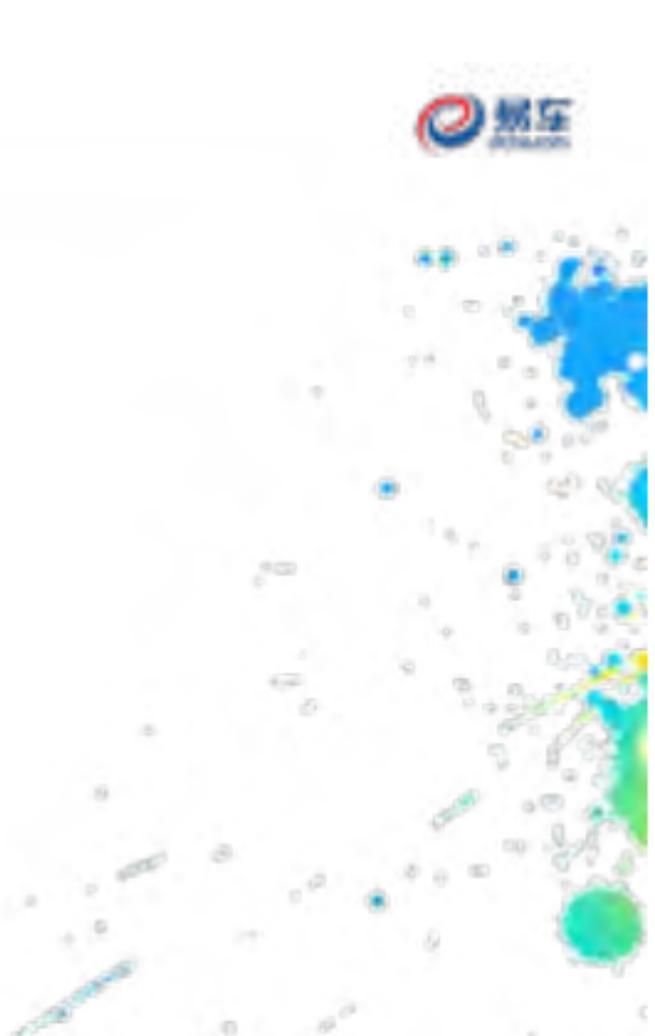
机器学习

图像识别



媒体平台-打造年轻化的交流与沟通

开放、包容、优质丰富的汽车内容聚合器



打造年轻化的交流与沟通

移动时代下，年轻人想看的内容 在颠覆和重塑



信息流的形式更加丰富

从图文到视频的转变



资讯分发赋能更多媒体

众多应用布局资讯分发



优质IP价值大放异彩

除业界IP和自制IP，网红成为新的IP资产

打造年轻化的交流与沟通

2017，从占领用户规模到占领用户时间

内容 + 营销

打造开放、包容、优质丰富的汽车内容聚合器

渗透用户空间

入口的渗透

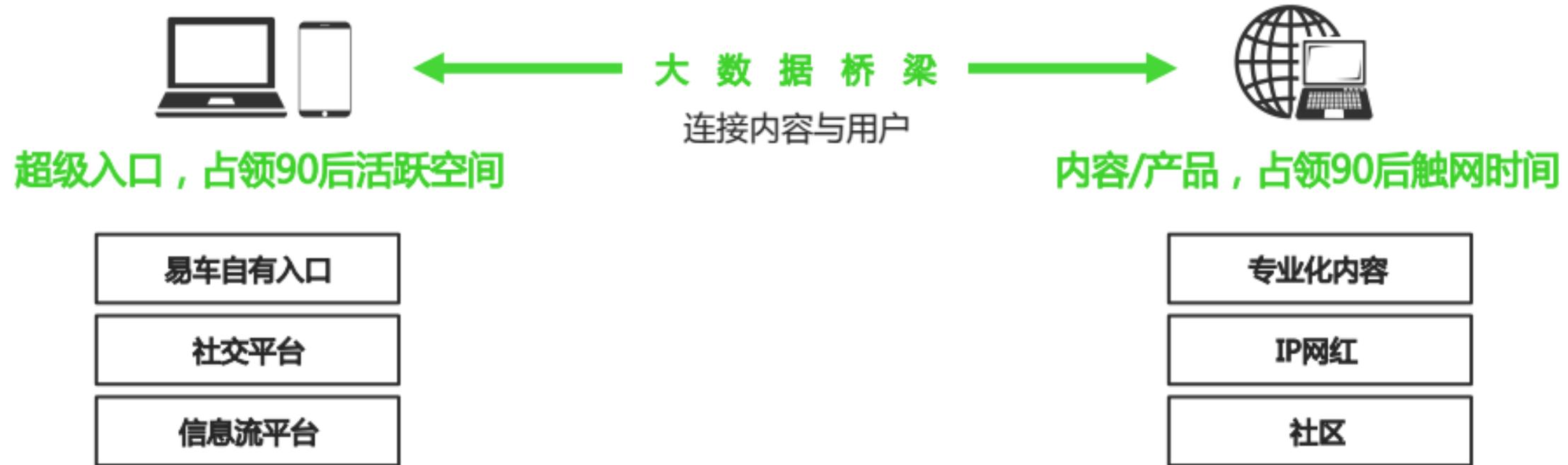
从各个入口端覆盖用户时间超级入口全力占据

占领用户时间

时间段的占领

从用户不同阶段对内容不同需求的维度进行产品布局

打造年轻化的交流与沟通



打造年轻化的交流与沟通

全力占据超级入口，实现导流及入口价值最大化



覆盖用户规模**4000-5000万**群体
1500万的日均量与阅读量

由浅至深引流用户
留在自有平台上
将有价值的潜在客户

自有平台

PC+M+APP

互动+深度阅读+商业化

社交平台

微博+微信+直播

互动+针对性阅读

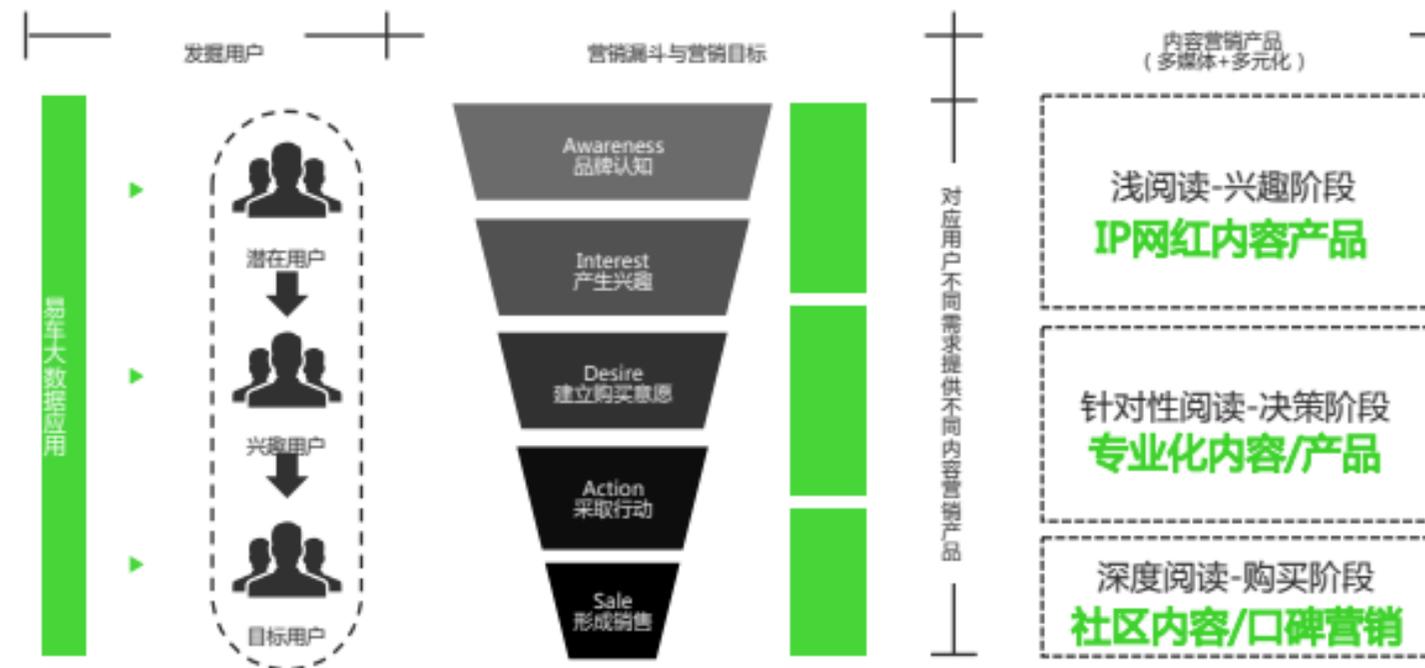
信息流平台

头条+UC+一点+新闻APP

浅阅读

打造年轻化的交流与沟通

内容/产品，占领90后触网时间，促进不同购车阶段转化引导



打造年轻化的交流与沟通

易车IP体系化运营，助力高质量/兴趣化内容持续输出

IP 孵化与扩容

【创易+伙伴】

IP

计划投资**2**家头部IP

计划投资**10**家头部IP

计划投资**50**家头部IP

超级IP联盟（行业影响力+各抒己见）



陈震《萝卜报告》



梁红《我要买车啦》



夏东《夏东评车》



王兮兮《神经兮兮车评记》



《李老鼠说车》



嘉伟《go车志》



《雷雷活车》



《车德溜》



《大地评车》



《豆野不卖车》



晓生说车



《吴佩频道》



《开心麻花》



更多IP联盟

打造年轻化的交流与沟通

专业化内容多形式呈现

将传统的专业内容转化成更加网络化、多元化、科技化的展现形式，从复杂的配置数据图到有趣易懂的漫画解读
让每一个90后轻松获得自己想要的专业信息



车型库



评测项目



行情资讯

打造年轻化的交流与沟通

打造符合90后趋势的社区互动模式-移动化、视频化、互动化

移动化：提供移动发布功能，让用户所看即所得

视频化：社区提供视频拍摄模板，培养用户如何拍摄高质视频如，增加视频剪辑器，为视频呈现效果增光异彩

互动化：不定期开展用户挑战赛，提升用户粘性，激活社区用户



移动化

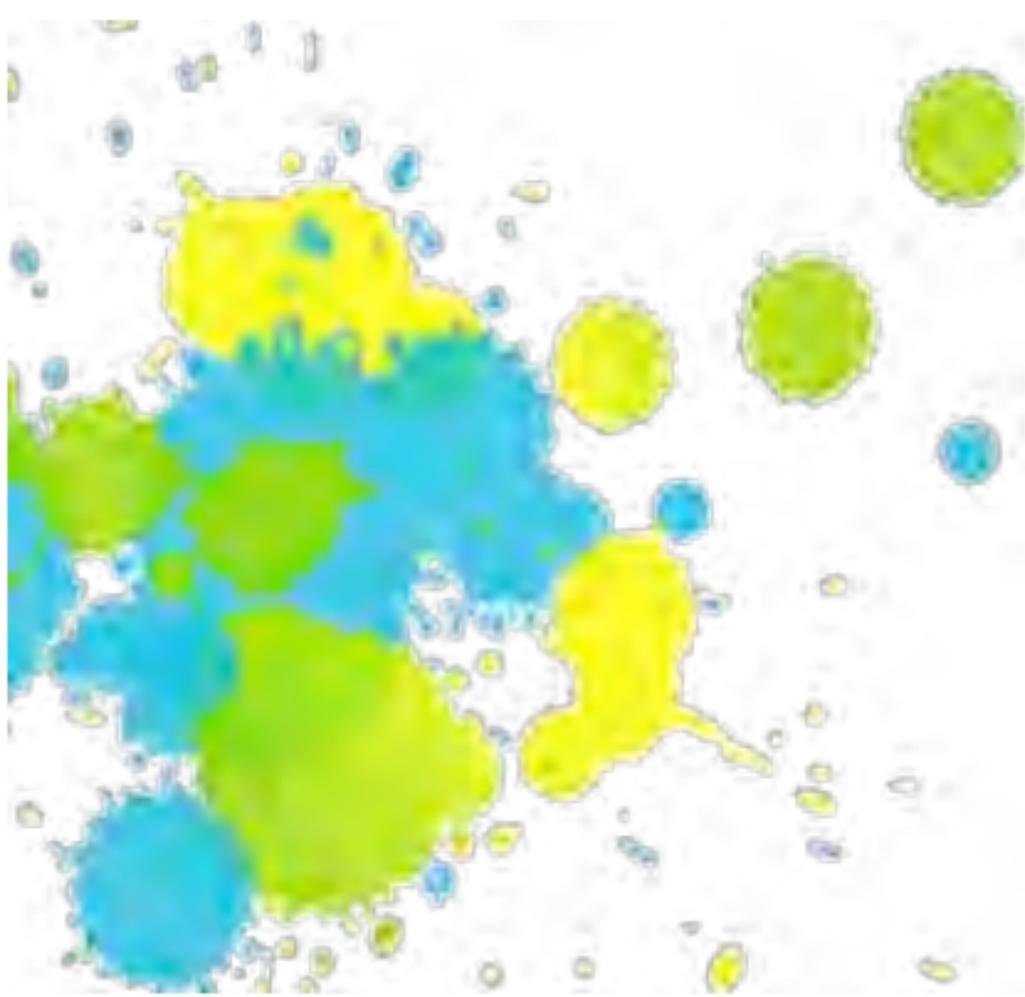


视频化

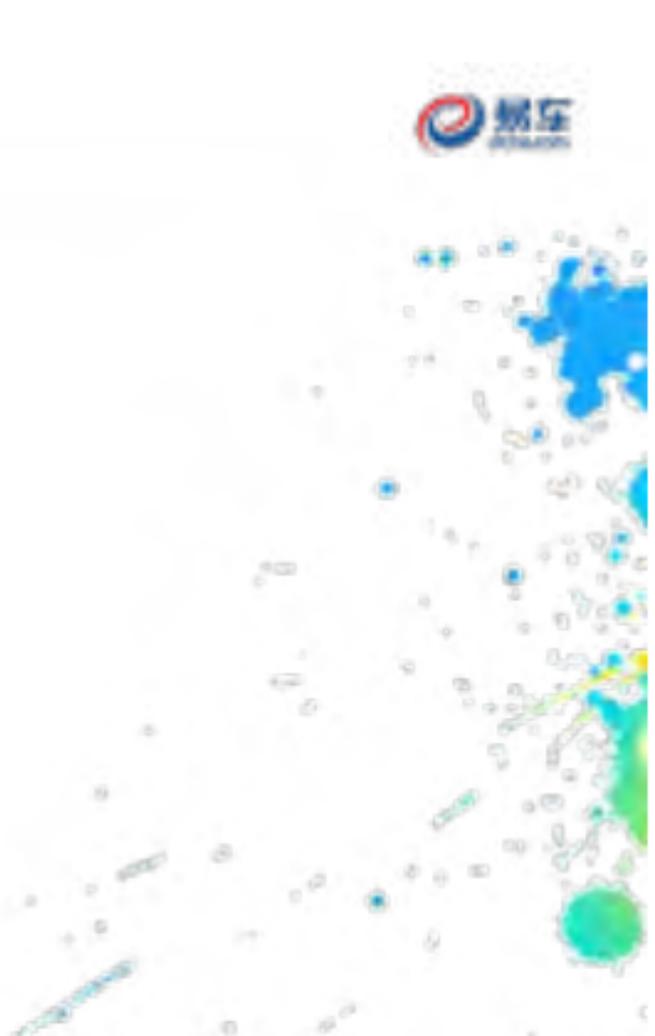


互动化





交易与服务平台-迎合年轻人的消费模式



一站式汽车交易与服务

针对90后消费习惯，借助易鑫多样服务体系，撬动新车和二手交易，打造便捷的一站式汽车交易解决方案



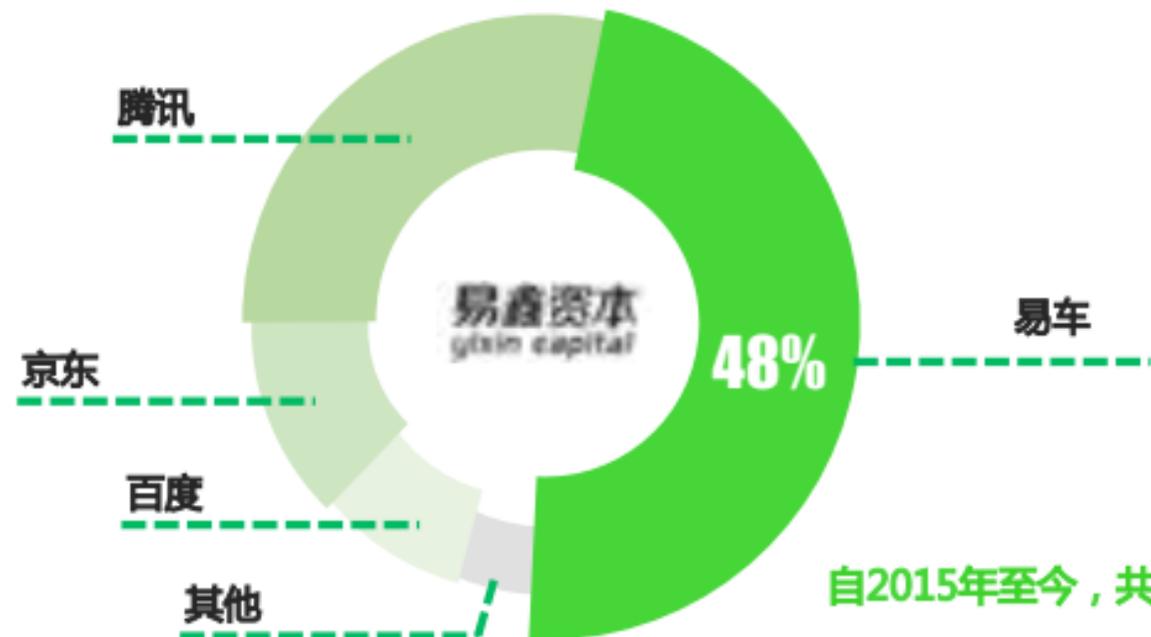
新车交易



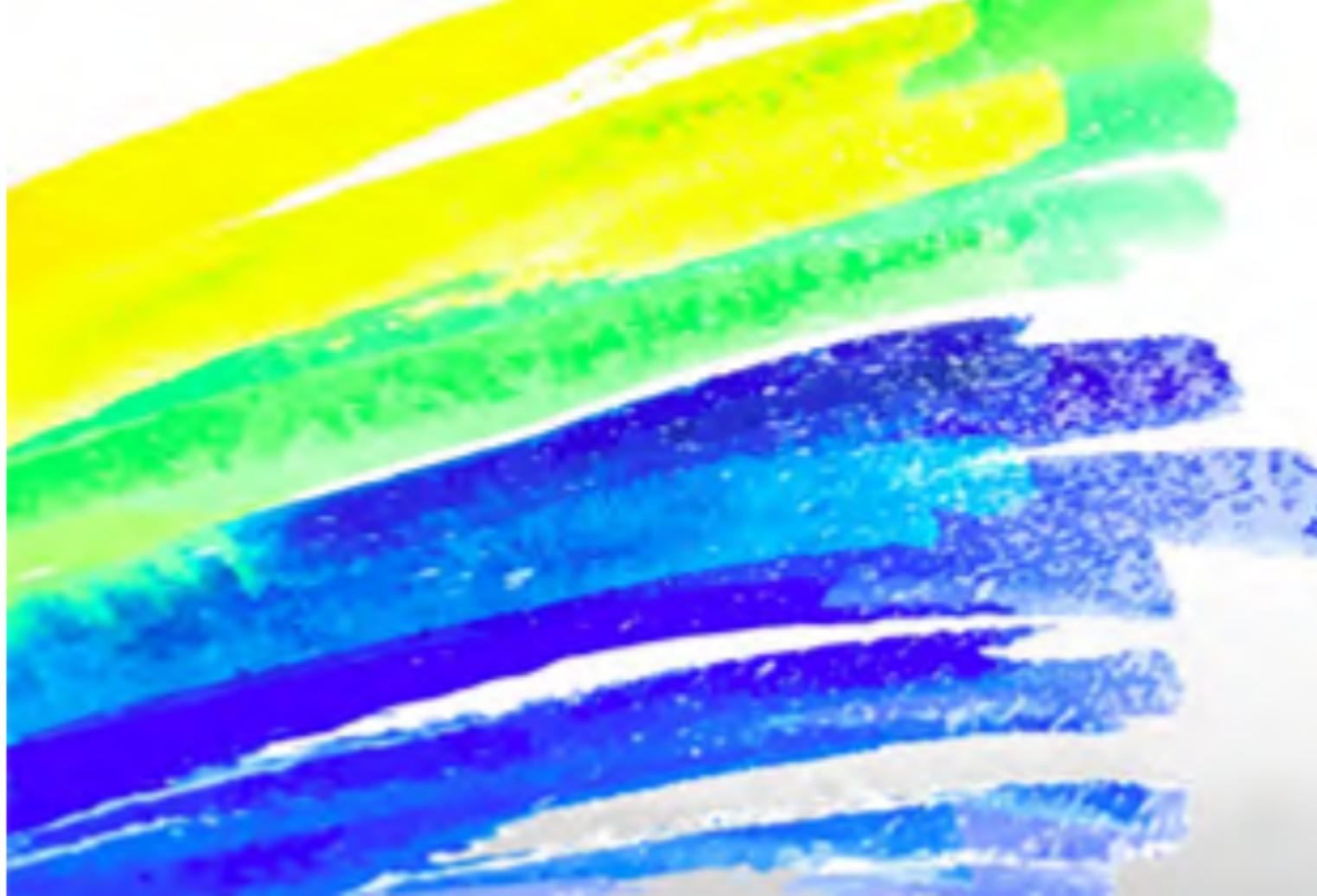
二手车交易

一站式汽车交易与服务-易鑫资本

易鑫资本雄厚资金支持+金融工具，有效降低交易门槛撬动成交



自2015年至今，共获得融资约100亿元



感谢聆听！

