



移动互联时代

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

33%

公司普通职员/白领

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
配置论消费者



排量
Displacement
油耗
Fuel consumption
轴距
Wheelbase



颜值
Appearance
颜值协会消费者

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

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

A line-art illustration of an open laptop, centered in the background. A green rectangular banner is overlaid across the middle of the laptop screen.

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

从各个入口快速覆盖用户时间段投入入口全力占领

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

留在自有平台上
提高用户粘性

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

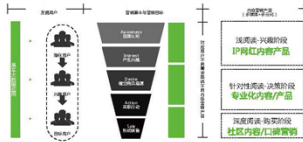
信息流平台

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

计划孵化 2 家头部IP

计划孵化 10 家头部IP

计划孵化 50 家头部IP

超级IP联盟（行业影响力+各抒己见）



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量视频如，增加视频的剪辑，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



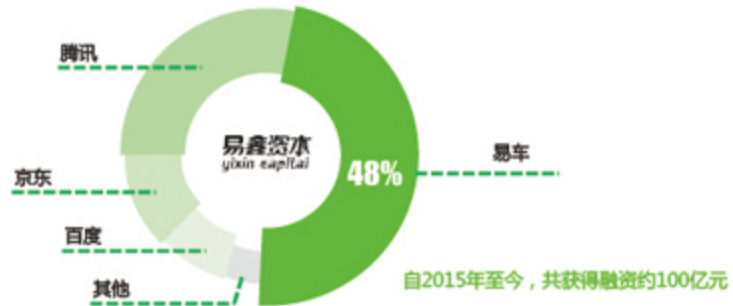
新车交易



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





感谢聆听！