

Tencent 腾讯

一汽大众超级CDP数字营销解决方案

腾讯数字生态：全方位覆盖中国互联网用户的数字生活

99.8%中国网民都在使用腾讯产品，是中国市场唯一实现全面渗透C端的公司



12亿月活



250万企业

流量



朋友圈



服务号



小程序



搜一搜



订阅号



视频号



微信支付



微商城



京东



QQ浏览器



QQ空间



QQ

Tencent 腾讯



腾讯新闻



QQ视频



企鹅影业



QQ股票



腾讯体育



QQ邮箱



腾讯快报



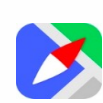
QQ音乐



QQ游戏



应用宝



腾讯地图



PC安全管理

移动设备：20亿

画像标签：1万+/每人

地图定位：1100亿次/天

位置搜索：5200万POI

手机管家：1.85亿月活

黑产信息：60亿恶意样本

生态

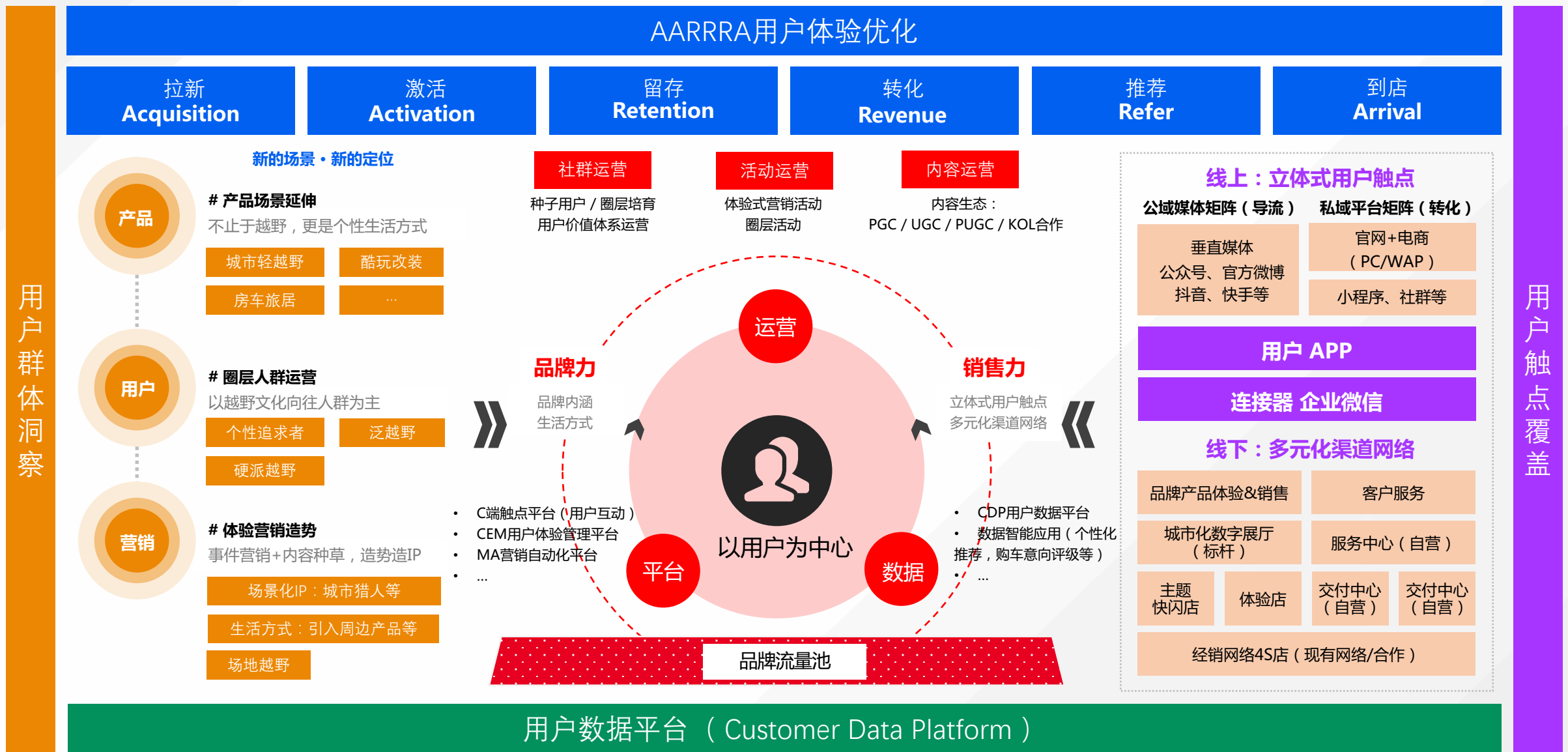
数据

Tencent 腾讯

社会数字化连通升级引发的汽车行业营销方式变革

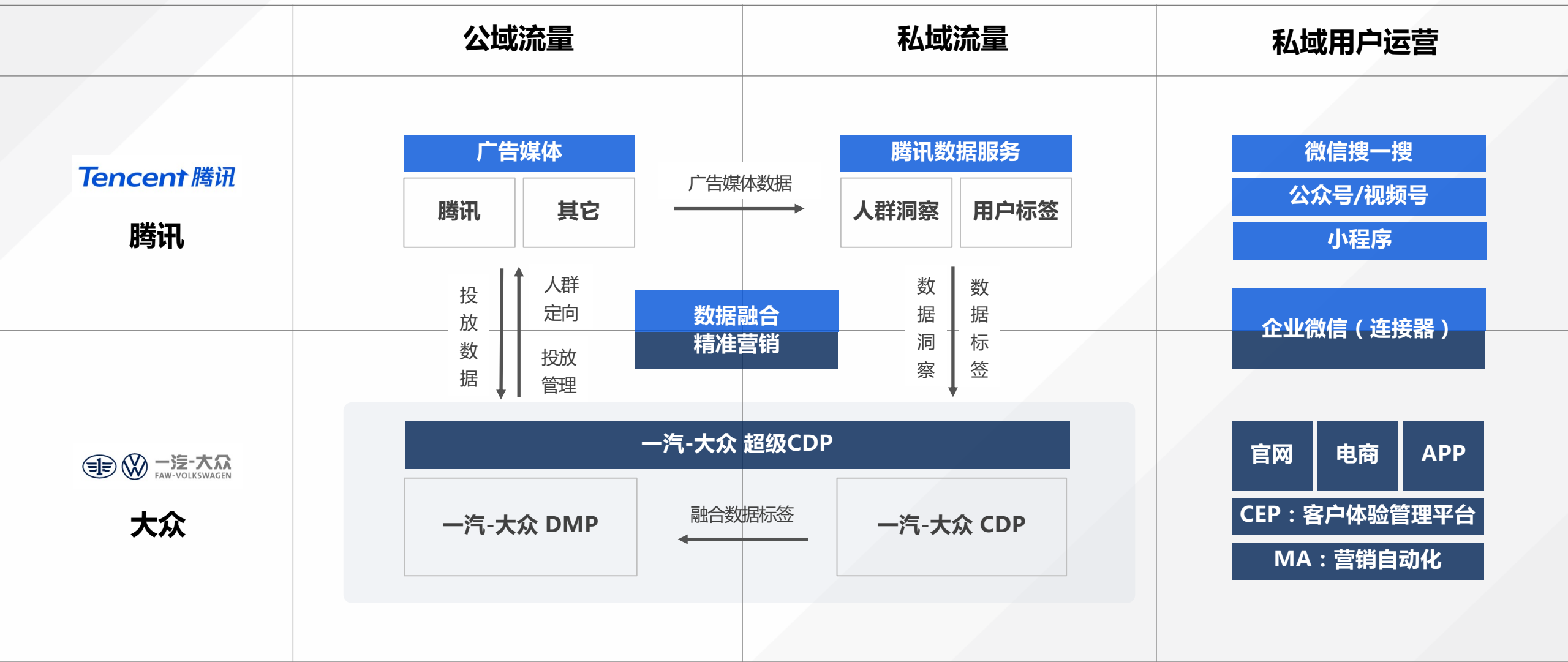


2019年，传统企业纷纷开始以“用户为中心、CDP为底座”构建用户增长体系



一汽大众SCDP解决方案整体架构

一汽大众超级CDP全景



一汽大众超级CDP功能架构



SCDP数字营销 - 私域用户运营

用户增长的腾讯最佳实践：建立超级连接，全域数据驱动全旅程用户增长

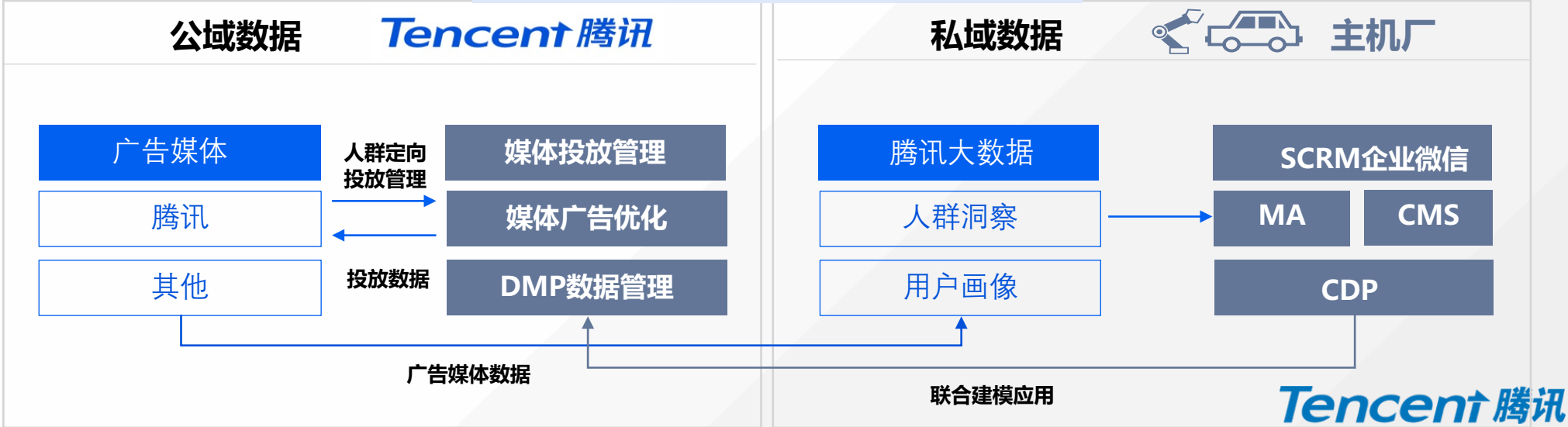
AARRRA
全旅程用户增长



超级用户连接



CDP
全域用户数据



Acquistion 拉新 – 多方数据融合，为车企定制专属精准投放模型



特征来源: **二方特征**

已选择: 微信基础属性 [清空](#)

Q: 请选择二方特征如: 人口学、兴趣爱好、垂直行业

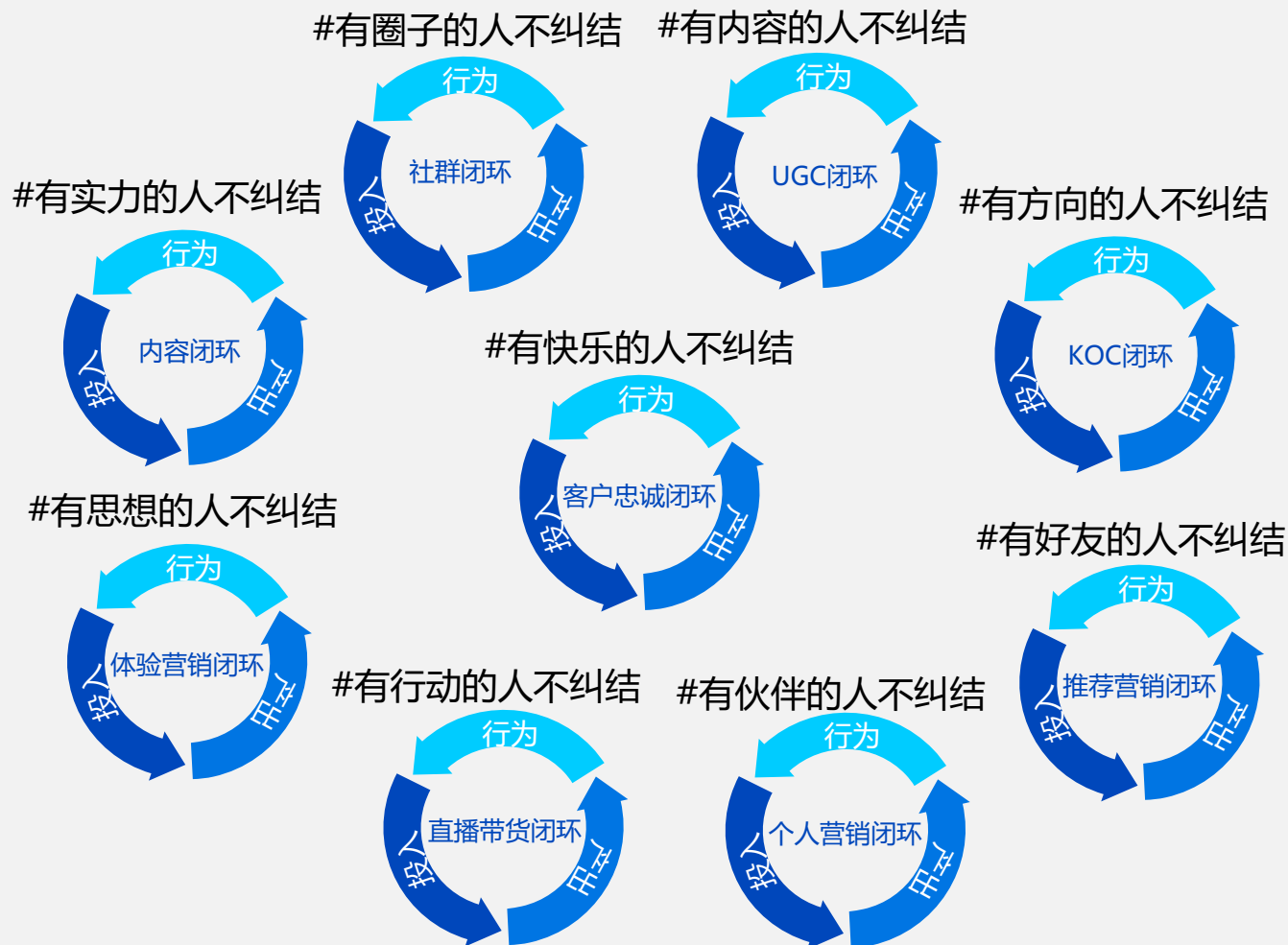
☐ 人口学	☒ 城市	☒ 池州市
☐ 兴趣爱好	☒ 国家	☒ 六盘水市
☐ 垂直行业	☒ 学历	☒ 平凉市
☒ 微信基础属性	☒ 省份	☒ 成都市
☐ 色彩画像	☒ 性别	☒ 湖州市
☐ QQ活跃用户	☒ 年龄	☒ 佳木斯市
☐ 家庭兴趣爱好		☒ 阳江市
☐ 家庭行为偏好		☒ 白沙黎族自治县

消耗量提升
55%

线索量提升
65%

线索获取
成本降低
6%

Activation激活 - 数据实验精准连线 “用户群体” 与 “心动方案”



1.51% -> 3.95%

Retention留存 – 大数据推荐个性化内容，吸引用户长期关注

基于用户数据洞察提供个性化内容消费体验



Revenue转化 – 用户分群分析，将数据洞察植入营销转化方案

通过深度数据洞察选择匹配的营销策略，并将洞察方向植入到活动策划与执行的每一环节，大幅优化活动ROI

活动效果

新增注册量

10万+

营销成本

下降10%

营销策略

开启挑战
“秀”出你的真心话



TO:朋友 TO:同事 TO:家人 TO:陌生人

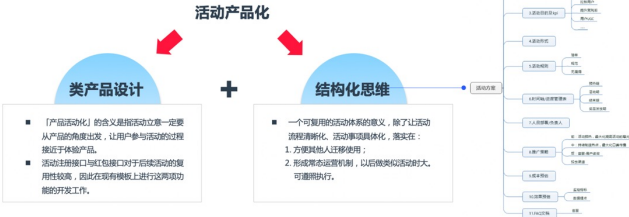
深度社交营销



投机营销

产品化

产品化思维，提高复用率



用户洞察

用户划分为9类典型用户

用户身份/用户活跃	流失 (一个月内登录≤0次)	留存 (1次≤一个月内登录≤2次)	活跃 (3次≤一个月内登录)
访客 (未注册)	①流失访客 (—)	②留存访客 (****人)	③活跃访客 (****人)
潜在客户 (已注册)	④流失潜在客户 (****人)	⑤留存潜在客户 (****人)	⑥活跃潜在客户 (****人)
保客 (车主:****人)	⑦流失保客 (****人)	⑧留存保客 (****人)	⑨活跃保客 (****人)

触达用户 参与活动 参与活动人数

数据参考

分发规则/用户参考历史数据



创意

创意需新颖，具趣味性



创意亮点：
活动创意较为新颖，以“为你的声音买单”鼓励用户积极发声，并且语音传递信息比文字更有趣味性，更容易产生裂变效果。

设计

以最佳用户体验设计细节



奖励

阶梯奖励设计，提升转化

100元 1元 现金红包

800积分 200积分 100积分 捷达APP积分

20 中小学全科 免费权益

- 红包在活动中起到敲门砖的作用，刺激了一部分低活跃用户参与活动并成功带动了用户发起裂变；
- 捷达APP积分可以引导新注册用户下载使用APP
- 增加奖池丰富度，同时降低成本

Refer传播 - 关系分析精准识别传播链条，找对人卖对货



分享传播物料

获取分享内容

内容
活动
素材

销售顾问 072

导购分发内容

导购提供激励

KOC A

KOC B

KOC C

....

导购人脉

KOC二度传播

介绍&破冰

潜客 a

潜客 b

高价值

潜客 d

潜客 f

事实标签

近30天浏览
内容：5次

过去7天
分享：3次

过去14天
活跃：5次

过去21天
试驾：小蚂蚁

预测标签

近30天购买
可能性：高

优惠券
敏感度：中

找对人

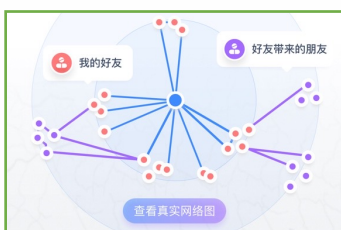
导购获得完整分享链路

- 导购了解KOC传播力

卖对货：

- 获取完整用户画像
- 找到高价值潜客
- 找到潜客需求

1



实时获取完整的传播关系链路

2

客户数据平台

- ID mapping
- 整合门店与线上平台数据
- 算法模型计算输出

3

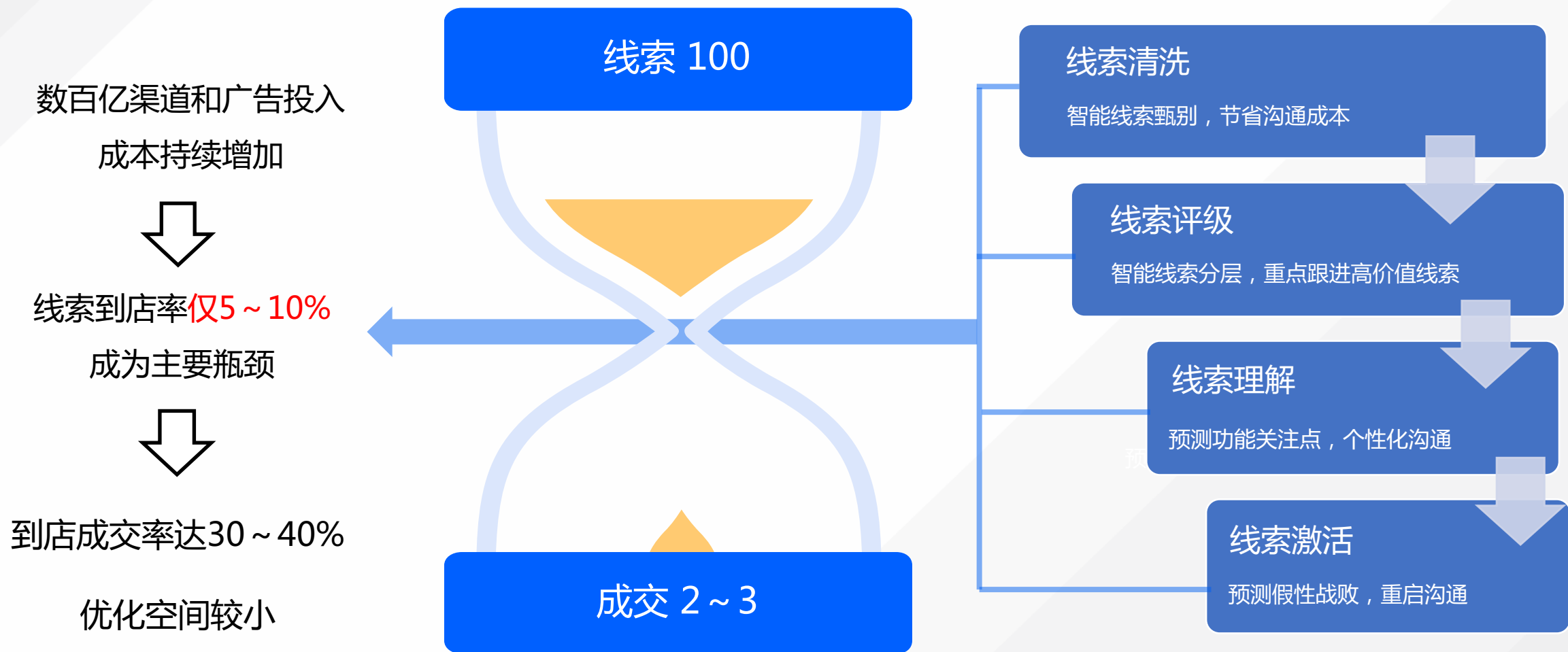
链接KOC人脉



建立链路：

- 找到潜客高影响力KOC
- 通过KOC链接高价值潜客
- 为KOC提供销售激励

Arrival到店-线索智能：针对车企营销瓶颈问题，定制专属AI预测模型，提升线索到店转化效率



Arrival到店-线索智能：线索清洗，快速甄别无效线索

1、线索清洗的产出结果

线索清洗的产出结果是区分有效线索和无效线索，有效线索再进行线索评级。

2、为什么做线索清洗

虚假无效线索浪费广告预算消耗，提高CPL	无效线索增加DCC和销售顾问工作量，增加销售成本	私域运营时，无效线索的混入，干扰运营效果的判断	无效线索会导致无法优先跟进有真实购车意愿的线索，影响销量
----------------------	--------------------------	-------------------------	------------------------------

3、如何做线索清洗

号码异常	广告行为异常	访问行为异常	其他行为异常	人口属性
空号、停机、在网时长 虚拟运营商、黑灰产号码	异常广告点击行为、异常url参数	居住地、访问时间、操作行为等 异常	安装大量薅羊毛app	儿童等非买车群体

4、线索清洗案例

某品牌app注册用户**50%以上**经过腾讯线索清洗标记为无效线索，客户对无效线索进行抽样验证，全部无法接通电话，客户非常认可腾讯线索清洗的价值。

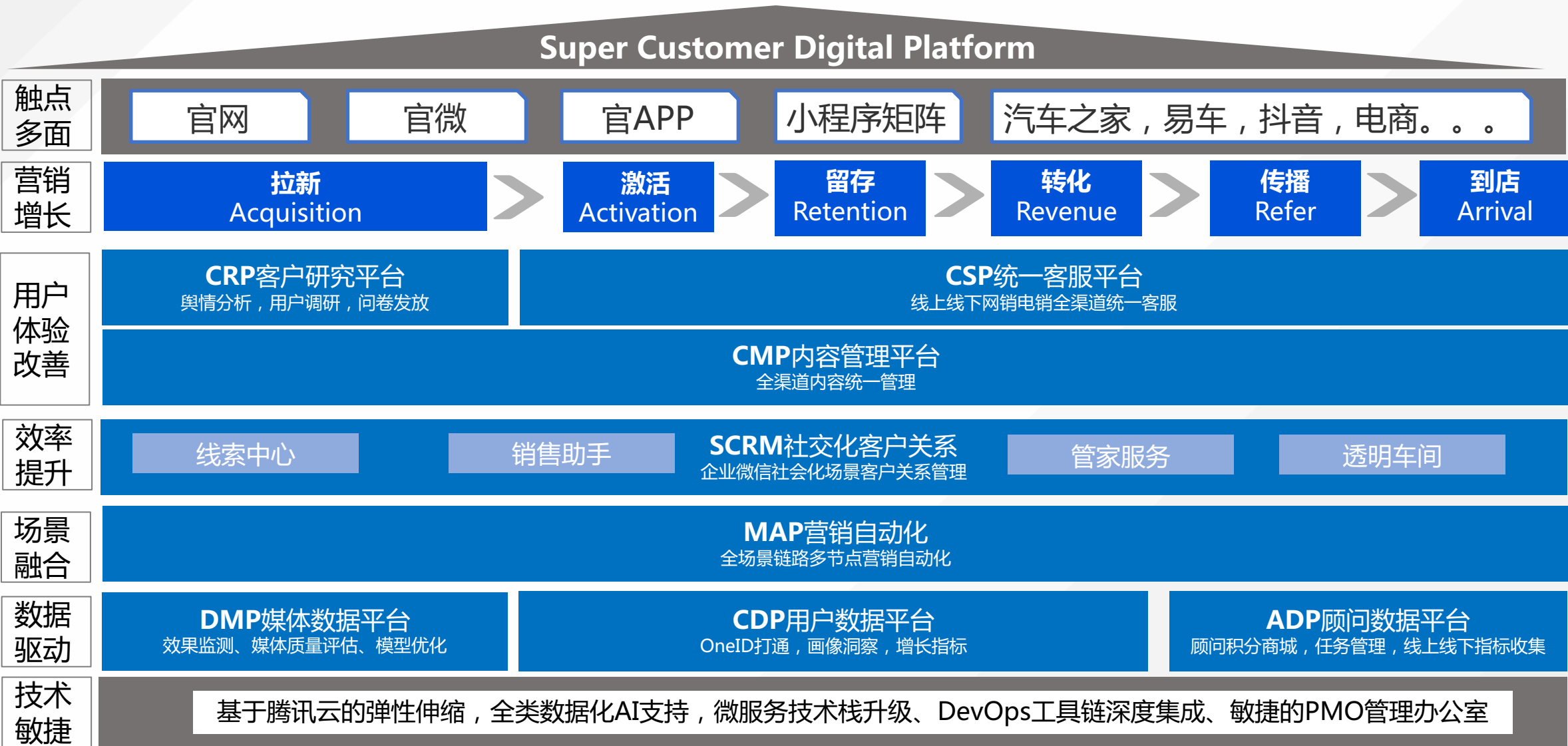
Arrival到店-线索智能：线索理解，帮助销售顾问首次沟通破冰



SCDP数字营销 - 工具平台

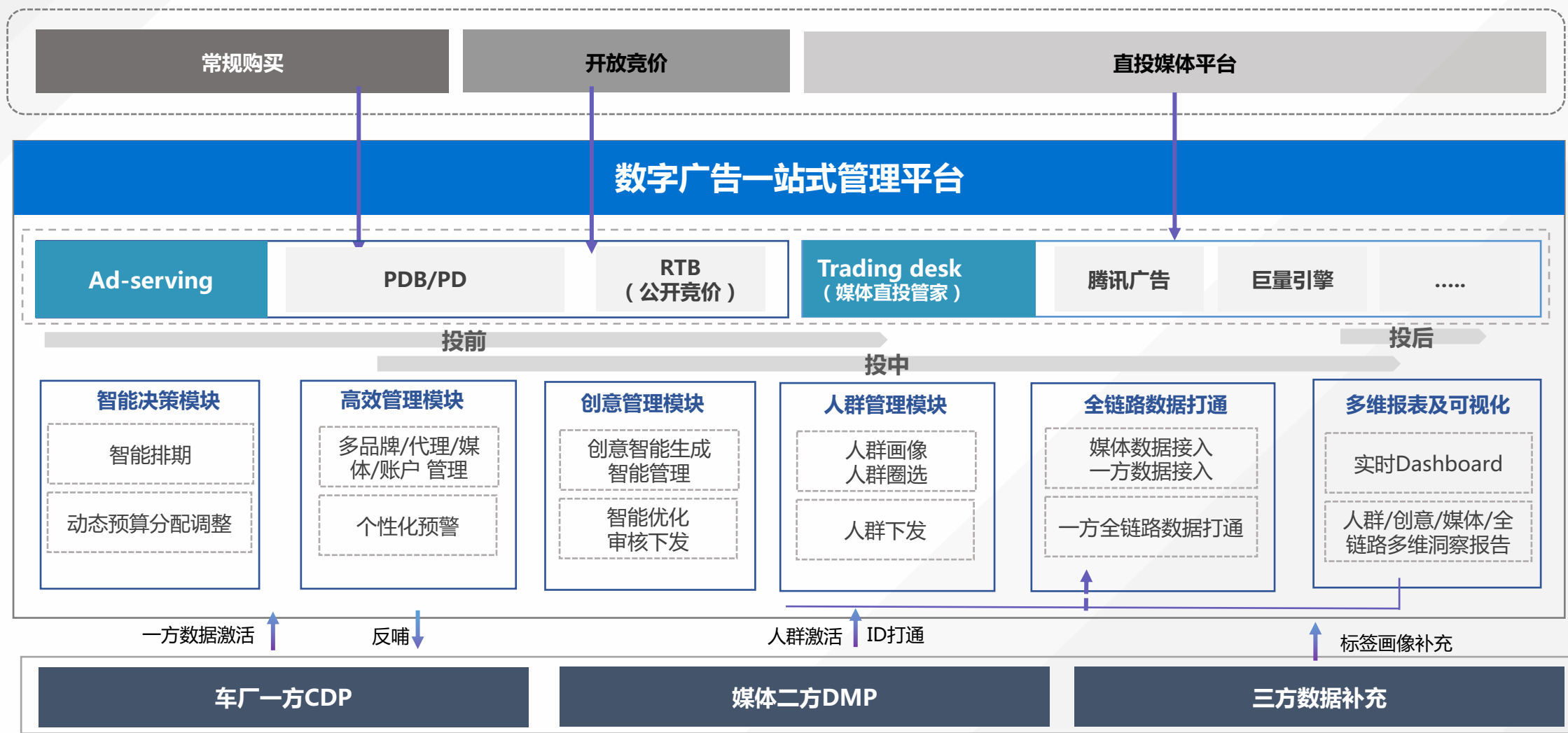
SCDP 用户数字营销增长平台

将以CDP用户数据为核心载体数字营销体系，分别构建DMP、CRP、CMP、MAP、SCRM，ADP等平台，在自有触点集群上，实现一数据驱动用户增长体系的智能应用，从而开创车厂数智营销新纪元；



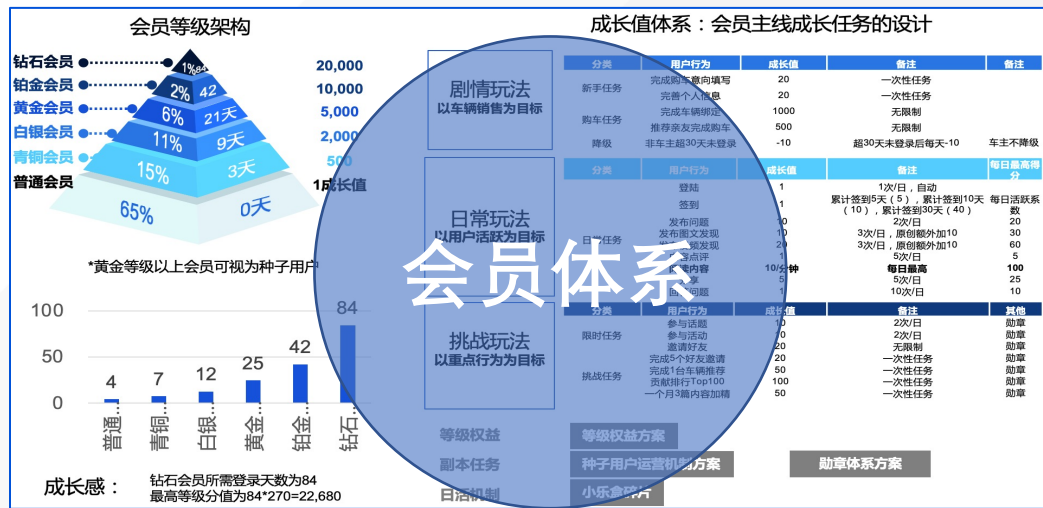
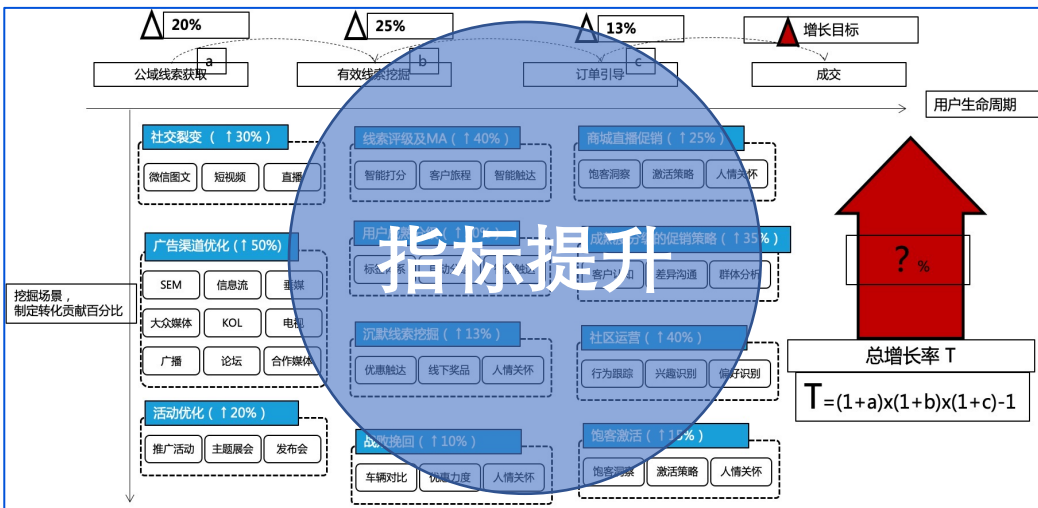
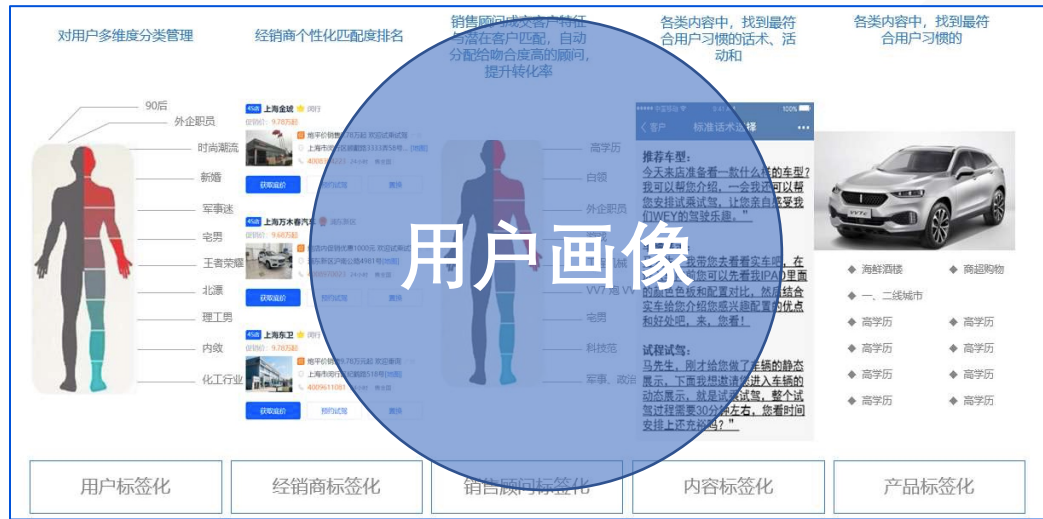
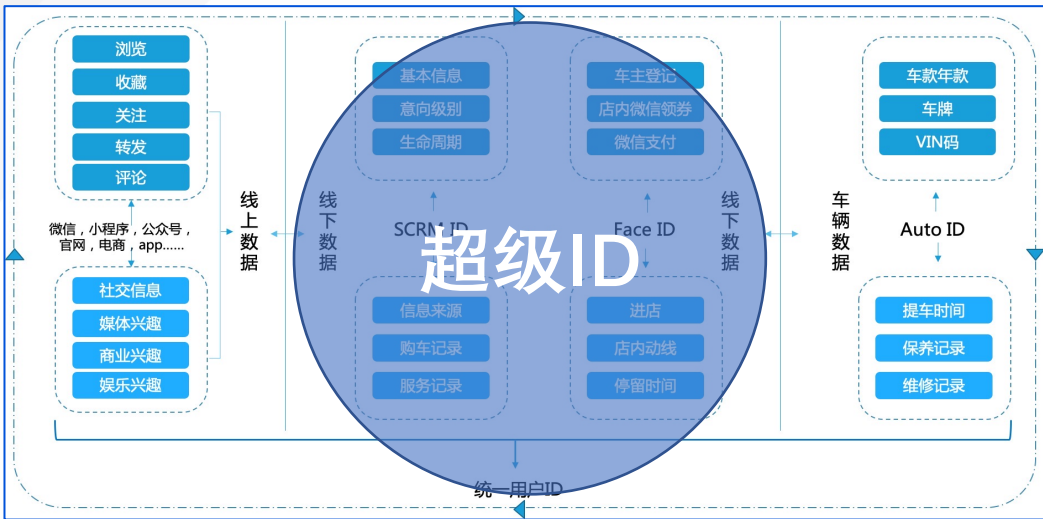
DMP 广告媒体一站式管理平台

企业营销数据的连接和管理，全方位的用户洞察实现精准营销



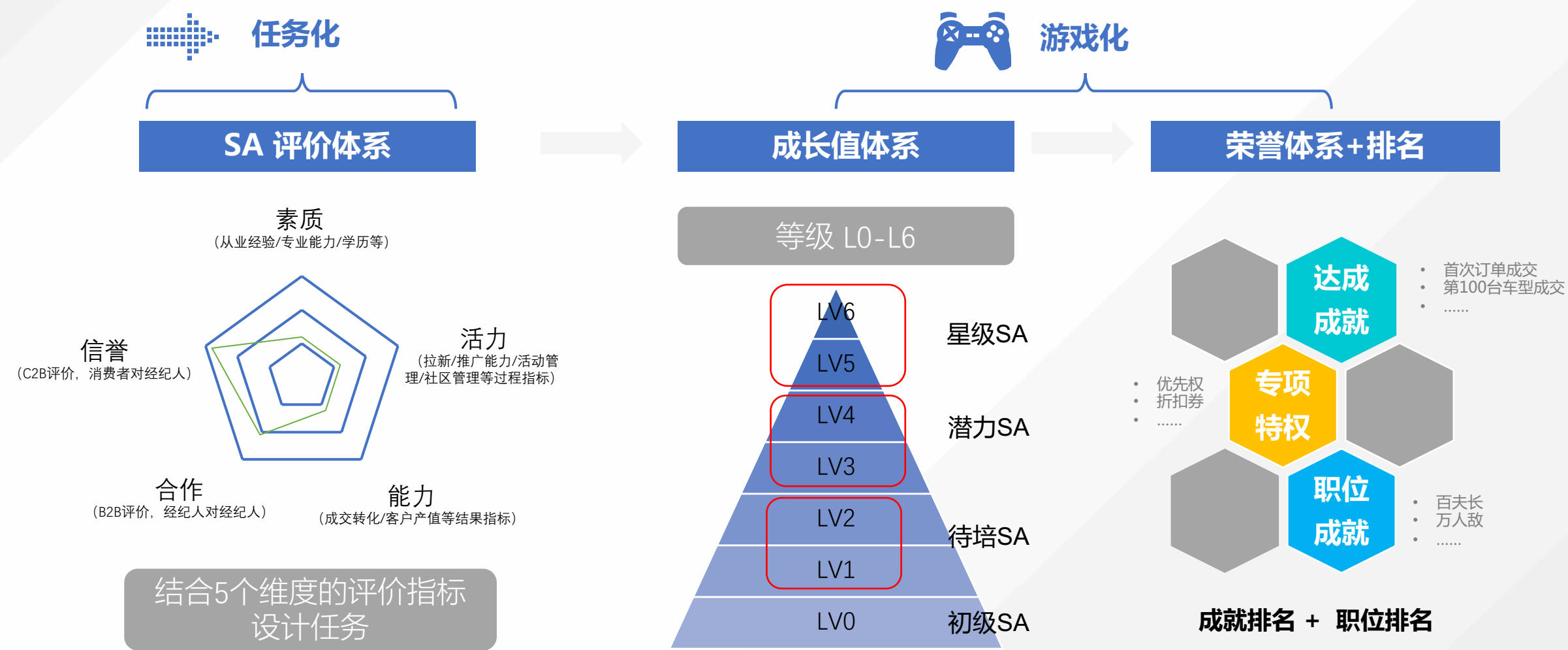
CDP 用户数据平台 (Customer Data Platform)

多端触点一体收集，用户标签画像一体展示，人车厂店id一体打通，营销数据指标一体提升，会员积分一体评估



ADP 顾问数据平台 (Agent Data Platform) - 创新业务的推广助手

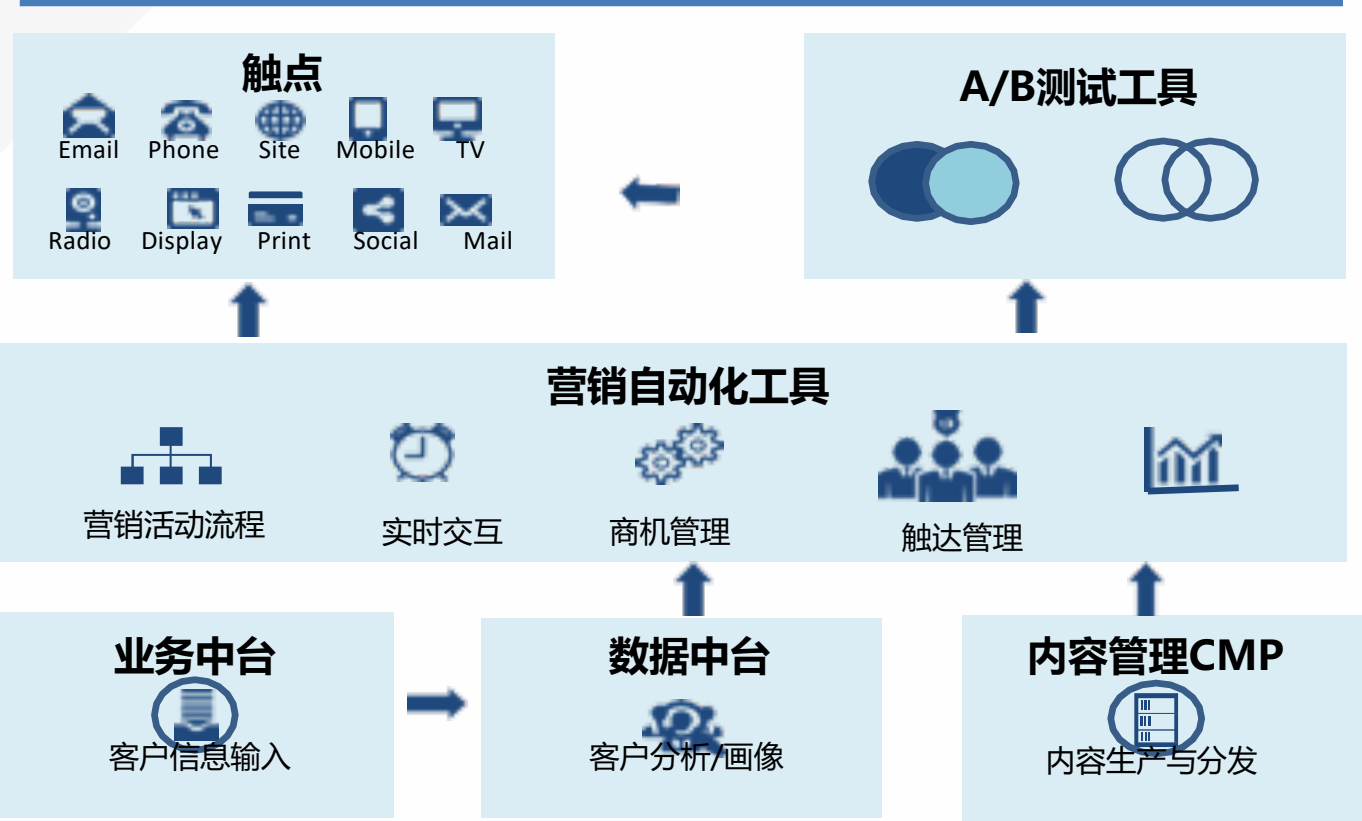
积分体系化，销售激励任务化游戏化，让顾问开心，牢牢站在车厂身边，作为企业微信SCRM最大的推动助力



MAP 营销自动化平台(Marketing Automator Platforms)

将业务逻辑通过自动化规则设置，圈定人群、触发时间（一次性/周期性），触发渠道（APP/短信/官网/MEP等），MA匹配发给不同人群特定的内容，定向前端触点触达，并通过埋点采集用户行为，反馈到CDP中丰富客户标签，修正下一次业务策略，同时数据反馈到CMP，修正内容策略。

营销自动化流程图



具体实施步骤

- 1 **搭建SCRM**，布局C/b端触点实现业务在线化；
 - 2 **搭建CDP**，数据治理提升，标签树形成，OneID等具备数据服务能力；
 - 3 **构建CMP**内容生产及分发平台；
 - 4 **搭建MAP**，设计工具及组件，实现对业务规则，触发时间、触发渠道等编辑器；
 - 5 **部署埋点采集体系**，将用户行为反馈到CDP中丰富客户标签，修正下一次业务策略，同时数据反馈到CMP，修正内容策略；
- 优势及特点：**
- 1、对重复性的营销动作通过自动化形式实现；
 - 2、减少因人工筛选和触达的不确定性和随机性；
 - 3、把业务策略组件化沉淀到平台上，便于后续复用

核心应用场景：

①主动式营销

+

②触发式营销

+

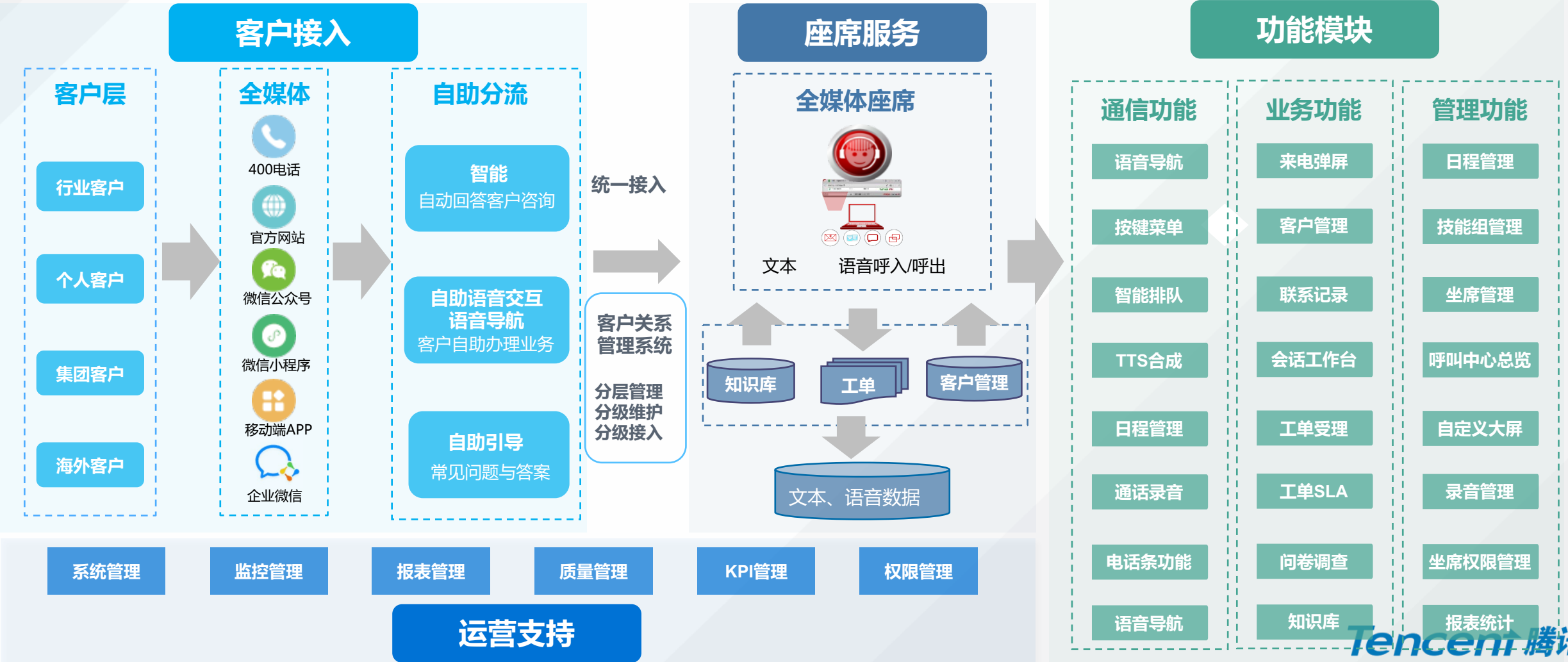
③周期性营销

+

④节假日性营销

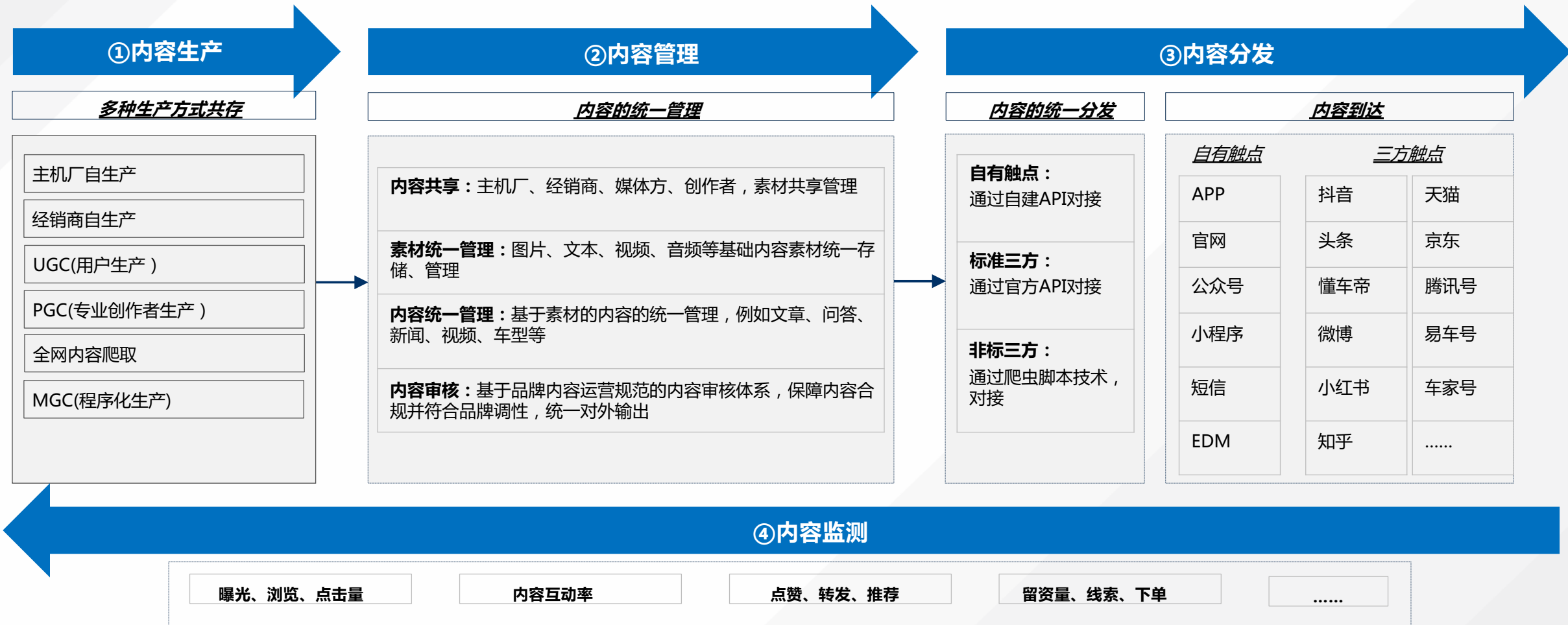
CSP 统一客服平台 (Customer Service Platform)

打通线上线下电销网销一体。为电销和网销顾问在客户交流中实时提供用户画像和竞争对手车型信息，并针对用户标签进行智能推荐话术。智能客服机器人进行线索清洗和战败激活，客户交流等流程



CMP 统一内容管理平台(Content Management Platforms)

依托于腾讯海量数据形成的精准内容管理平台CMP，实现对内容的创意生产、统一管理、智能分发、精准监测，规范内容统一对外品质。最大化实现优质内容的体系内高效循环及内容复用，降本增效；



CRP 客户研究平台 (Customer Research Platform)

通过互联网数据提升调研准确率，互联网思维提升调研用户体验，互联网技术提升调研透明度

海量样本人群

创意问卷设计

多渠道样本投放

精准数据采集

专业用户分析



消费者研究

品牌研究

产品/服务研究

推广研究

市场研究

企业研究

- 用户画像模型
- 决策流程模型
- 用户价值感模型
- 需求洞察模型
- 行为探查模型
- 利益金字塔模型
- 用户细分模型
- 新用户探查模型
-

- 品牌健康度模型
- 品牌-消费者关系模型
- 品牌价值模型
- 品牌竞争力模型
- 品牌KPI模型
- 品牌利益金字塔模型
- 品牌定位模型
- 子-母品牌关系模型
- SWOT分析模型
-

- 满意度/NPS模型
- 产品体验KANO模型
- 产品概念测试模型
- 包装测试模型
- 口味测试模型
- 价格测试模型
- 上市潜在风险评估模型
- 产品/服务试用模型
- 质量测试模型
-

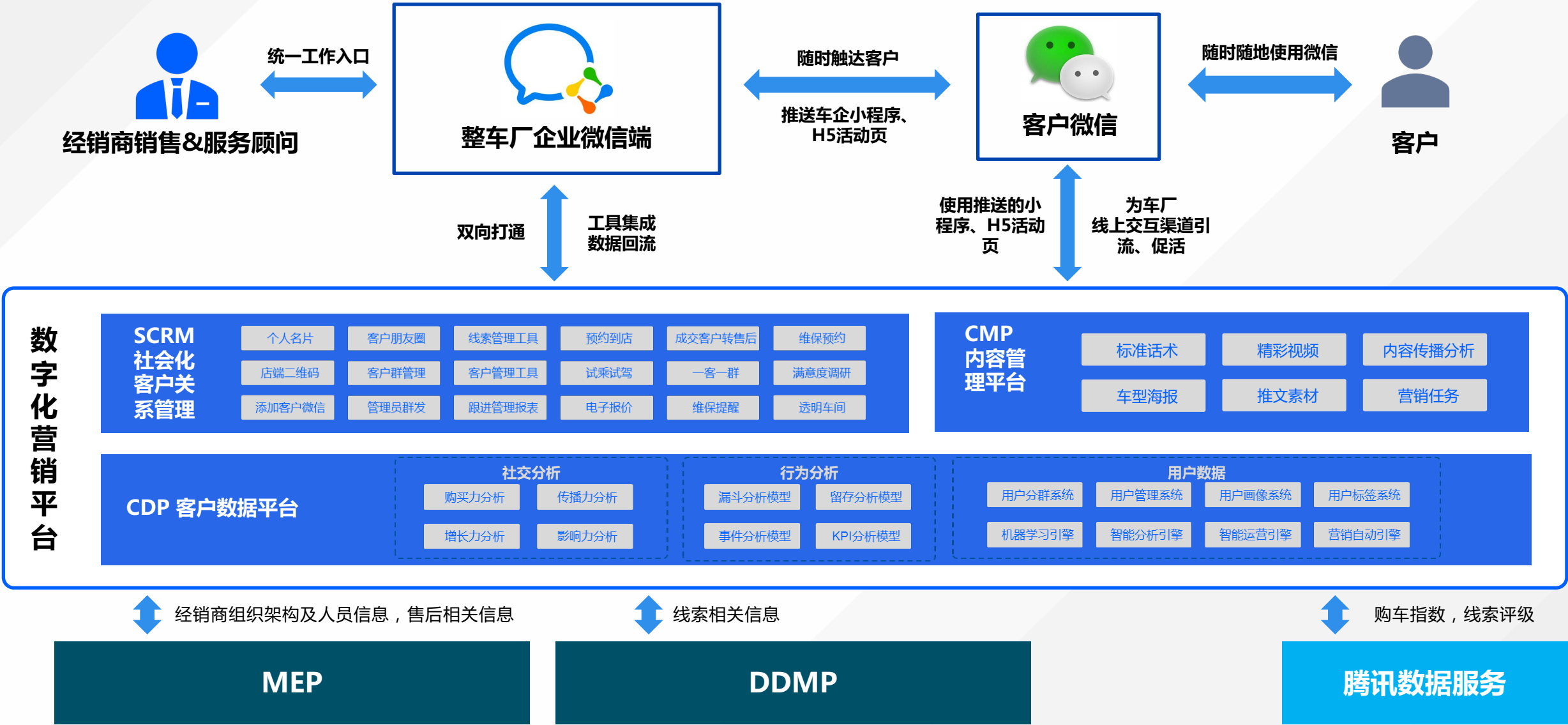
- 图格重量模型
- 概念测试模型
- 广告脚本测试模型
- 媒介接触点模型
- 渠道效果探查模型
- 广告效果指数模型
- 信息传递有效性测试模型
- 创意有效性模型
- 促销活动效果模型
-

- 市场规模评估模型
- 市场机会探查模型
- 市场品牌地图模型
- 竞争市场分析模型
- 地方市场特征分析模型
- 波特五力行业分析模型
- PEST市场宏观环境分析模型
-

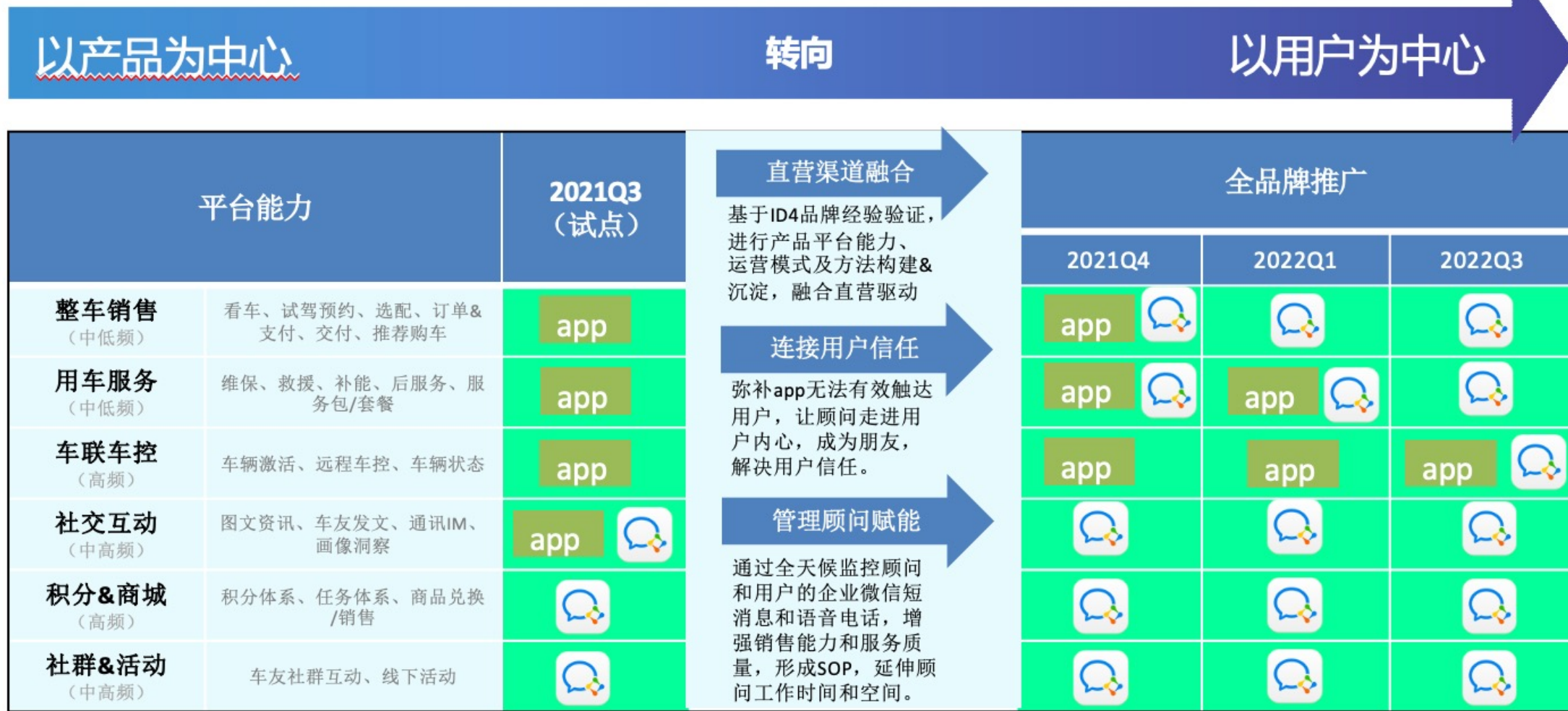
- 企业形象模型
- 企业社会责任考察模型
- 员工满意度研究
- KANO模型
- 企业核心竞争力研究模型
-

SCDP数字营销 - 企业微信

企业微信基础架构



企业微信建议规划



腾讯数字营销核心优势

腾讯数字营销优势 – 企业微信生态构建创新产品闭环



以公域流量/私域运营方式扩大线索来源，以微信生态为线索承接，并以企业微信行业定制服务，赋能后链路数字化运营和保客服务。

腾讯数字营销优势 – 腾讯大数据能力驱动

项目价值



腾讯数据服务冷启动，随上随用快速生效

数据质量



腾讯有效画像标签万+，位置，行为数据全

数据体量



腾讯12亿用户+，20亿设备+数据量，60亿黑产样本，1100亿 次/天 地图定位

体系建设



腾讯互联网强大用户增长方法论，和多方数据无缝结合驱动市场营销增长

数据运营



埋点数据，业务结果数据，情感数据，社交数据分析，行为数据分析等全渠道数据

用户触达



企业微信，微信，公众号，视频号，搜索，小程序，app，网站。。。唯一覆盖公域私域实现线上线下全渠道触达

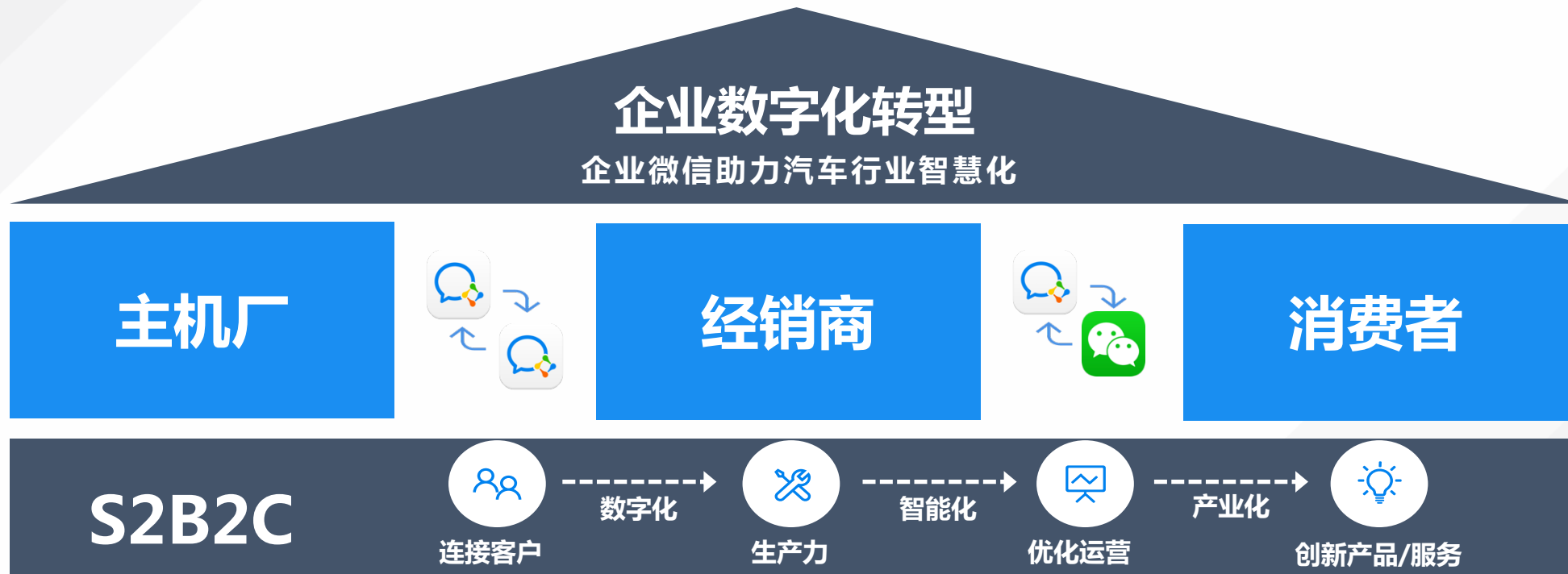
技术优势



以中国50%互联网流量数据抽取的用户数据平台技术，社交分析，用户行为分析，并针对汽车行业进行全场景设计

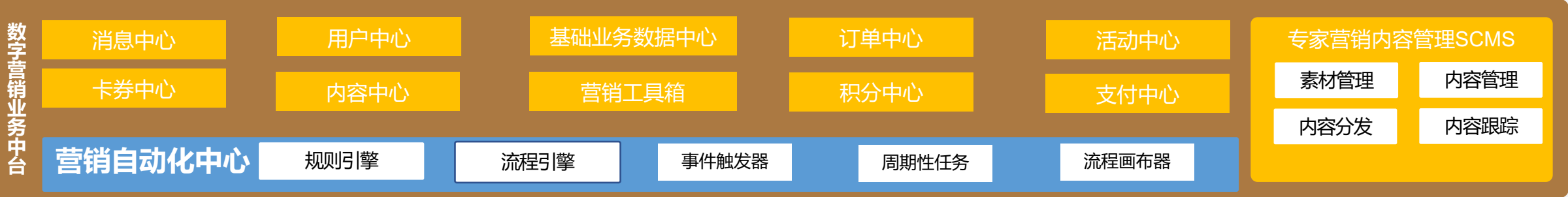
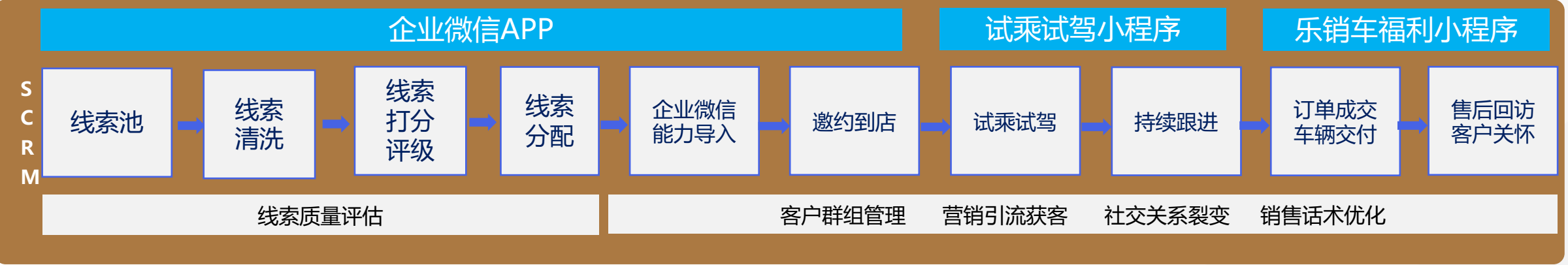
腾讯SCDP数字营销案例

腾讯数字营销可以让主机厂数字化营销具备更快的效果和更高的性价比



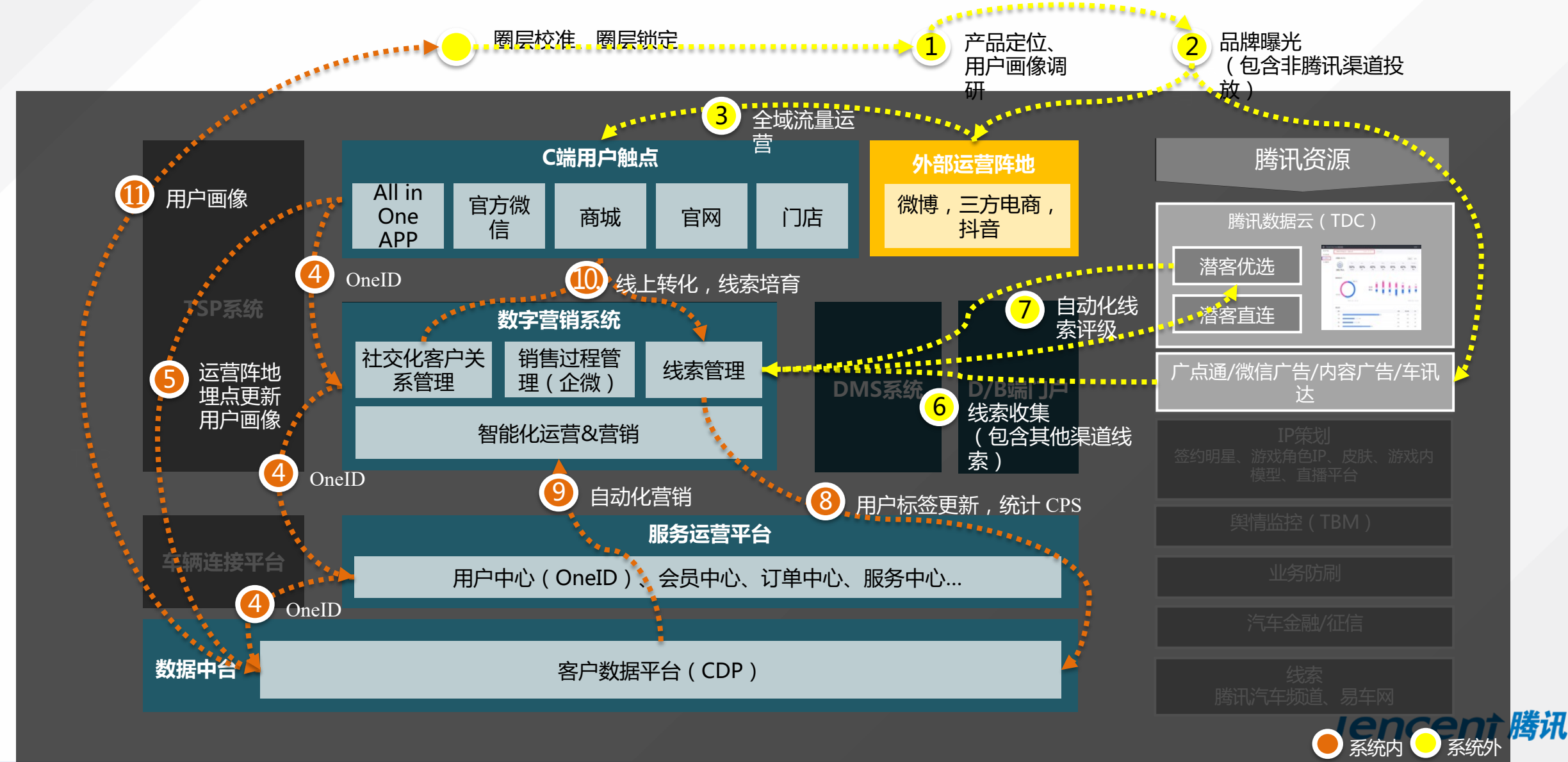
案例：某民企全品牌数字营销平台

SCDP-超级客户数据平台、SCRM-社交客户关系管理、SCMS-专家内容管理、SMAP-智能营销自动化平台



案例：某新能源自主品牌数字化平台建设一期

通过腾讯的流量、产品及技术帮其快速落地以用户为中心的，重客户直连及运营的新数字化营销平台



Thanks