



# 汽车行业社会化聆听案例

---

汽车行业消费者口碑大数据分析和挖掘

海量-DE汽车工作室

2019.05.29

# CONTENT

**PART01** 前言 & 汽车行业项目类型

**PART02** 案例一：汽车质量问题消费者口碑

**PART03** 案例二：A级车市场互联网口碑分析

**PART04** 案例三：商务车本竞品消费者口碑对比

**PART05** 案例四：竞品发现

**PART06** 案例五：中国汽车产业数据信息平台

# 前言

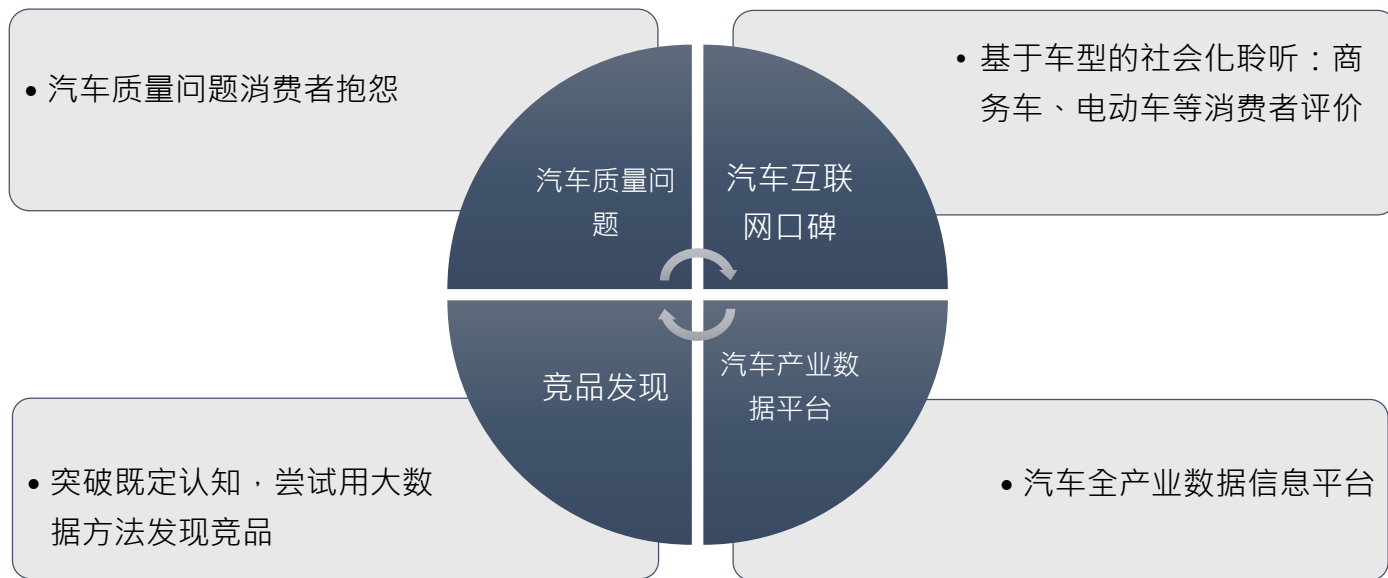


- 企业对于产品的管理与改进，需要参考消费者使用体验反馈，传统的方法是汽车企业主要通过做消费者问卷、座谈或从4S店汇总数据等方式来调研，但样本量有限，且成本较高，而且对于地域广阔的中国来说，只能是窥一斑而难见全豹。
- 近年来，随着技术的快速发展，消费者在互联网上的声音大量增加，我们得以通过互联网的大数据采集、标引和分析，运用社会化聆听方法，清晰地听到消费者的反馈，洞察到消费者的需求。其有利于企业优化产品设计、改进产品质量及品牌传播策略，以求为客户提供卓越的体验。
- 海量一直致力于通过大数据为车企提升产品能力和营销能力。在此我们分享一下做的比较成熟的案例，供您参考。

# 汽车行业项目类型



根据汽车行业所用的知识库规则，主要可以分为四大类：





“

## 案例四：竞品关系发现

”

---

HYLANDA Information Technologies Corp. Ltd

[WWW.HAILIANGXINXI.COM](http://WWW.HAILIANGXINXI.COM)

## 业务部门需求

”

突破传统认知

尝试用大数据方法，分析思域的竞品都有哪些？

”

## 客户需求解析

- 目的：发现竞品
- 范围：互联网数据
- 内容：消费者提及一本竞品互相提及分析

# 研究说明



## 数据量

- 爬取数据量：180W条，报告分析数据量：14851条

## 数据甄别/筛选条件

- 第一次筛选：用关键词过滤掉“新闻帖、广告帖、销售贴（带有联系方式的）、科普帖、咨询帖”；
- 第二次筛选：限定关键词“思域”和其它车型（12W-18W价格区间）同时出现在同一段落筛出所要数据；

## 名词解释

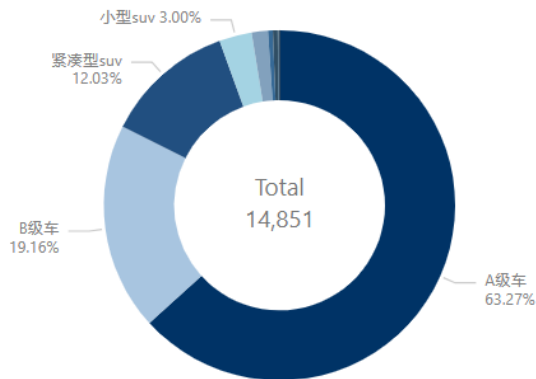
- 相互提及：在论坛的帖子中，作者在同一段落描述思域和其它车型，即相互提及；



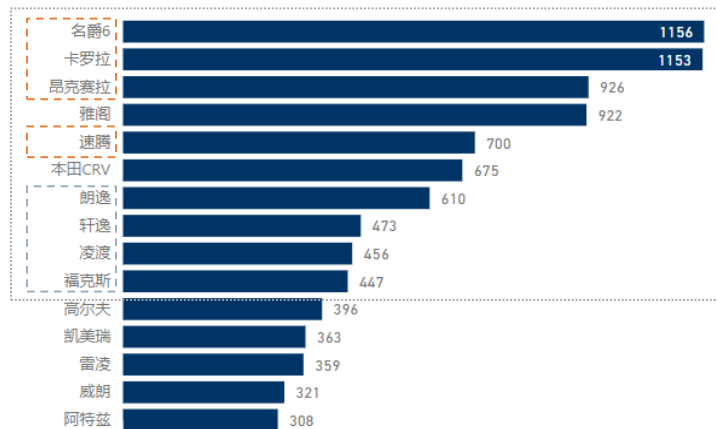
# 初步确定竞争关系

- 与思域相互提及的车型中，有60%为A级车；
- TOP10的A级车中有：名爵6、卡罗拉、昂克赛拉、速腾、朗逸、轩逸、凌渡、福克斯；
- 其它TOP10车有：雅阁（B级车）和CR-V（SUV）。

各级别车与思域相互提及次数占比



各个车型与思域相互提及次数的TOP15



# 排除非竞品车型

- 思域与雅阁的关联词集中于外观造型类似、发动机机油等；
- 思域与CR-V的关联词集中于机油事件引发的话题讨论；因此，这两个车型不纳入竞品关系。

思域与雅阁关联关键词分析



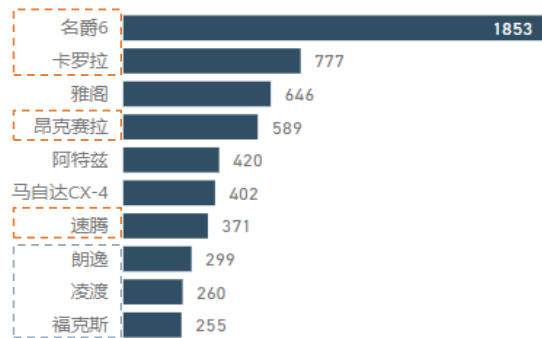
思域与CR-V关联关键词分析



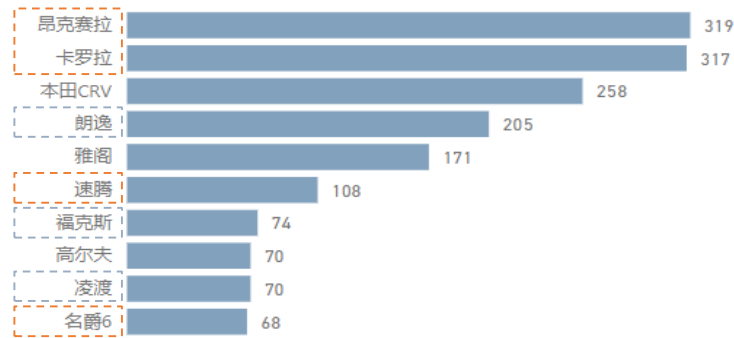
# 判断竞争强度

- 分别从思域与各车型论坛的板块看，之前排在次要竞品位置的轩逸没有上榜，说明在购买人群中，这两个车型的对比强度不大；
- 名爵6板块中提及思域次数较多，但思域板块中很少提及名爵6，深入数据内容发现：买了名爵6的人在买之前，把名爵6和思域做过比较，最后选择了名爵6，所以，思域应该对名爵6引起重视。

思域被提及次数TOP10的车型论坛板块



其它车型在思域论坛板块被提及次数的TOP10



最后，得出思域的竞品为：



- 主要竞品：名爵6、卡罗拉、昂克赛拉、速腾
- 次要竞品：朗逸、凌渡、福克斯



VS



## 通过对比两种研究结论：

- 思域和卡罗拉、昂克赛拉、速腾、朗逸、凌渡、福克斯的竞品关系研究结论重合；
- 但是，通过大数据研究出的名爵6（MG6）这个新的竞品，并没有被案头研究方法发现。



# THANKS

---