
今时今日的待客之道

大昌行汽车 运营管理中心总经理 邓巧灵

2nd Nov , 2018



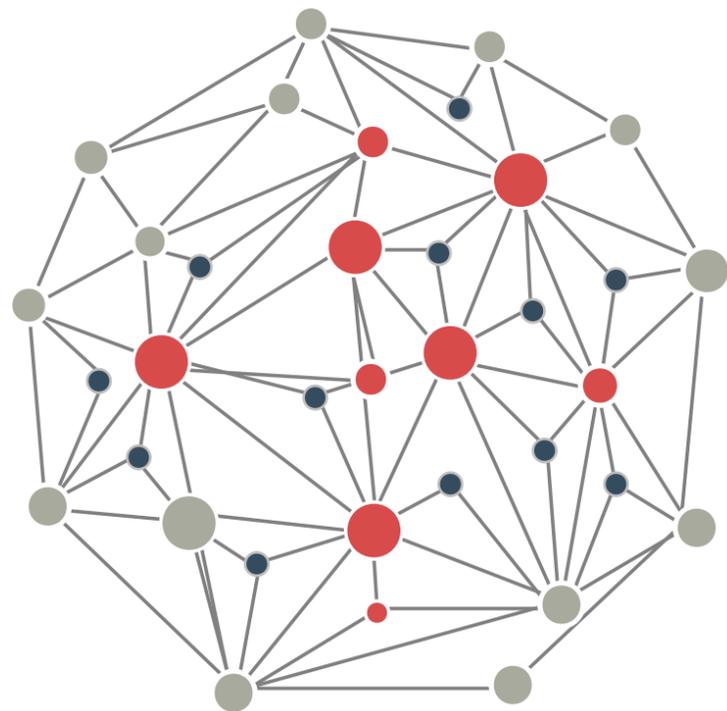
CONTENTS

Part 1: 合作背景

Part 2: 数字化到店体验

Part 3: 一些思考





今时今日的“待客之道”

- 合作背景
 - 数字化到店体验
 - 一些思考
-

业务痛点

- 厂家/经销商业务系统、办公系统繁多，没有统一入口
- 客户关系链被销售顾问个体绑定，易流失
- 销售对顾客分享的话术、沟通素材难以过程管控

定制化解决方案

4S

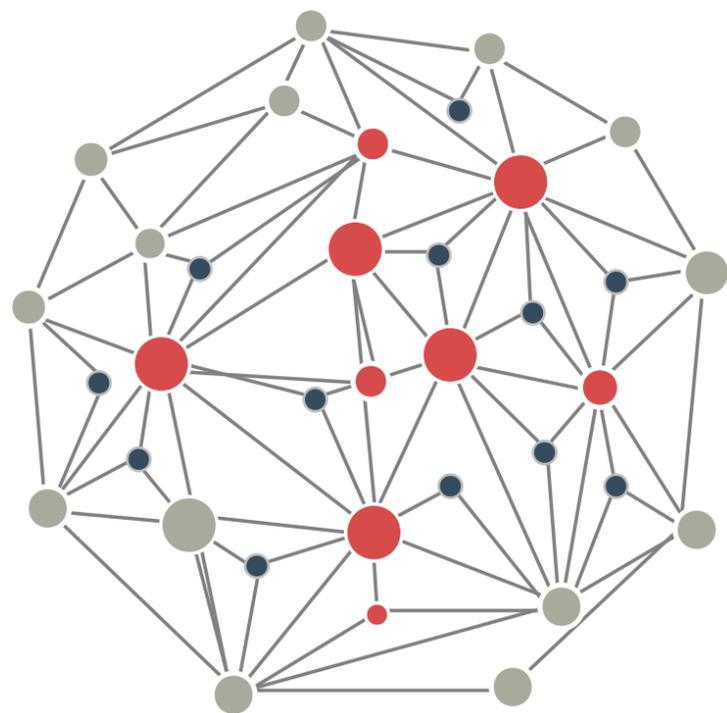


- 内部服务搭建综合移动办公平台；
- 外部服务沉淀客户关系，实现数字化营销方案的定向触达；

- 线下体验服务模式传统，差异化服务体验少
- 线下服务流程冗杂耗时长，不够便捷
- 线上各店服务窗口不统一，功能欠缺，客户留存低
- 缺乏基于保有客户数据的个性化服务



- 甄选预约保养、电子报价、点餐、满意度问卷等小程序，提供即插即用的轻量化客户体验；丰富销售顾问/售后顾问武器库；
- 通过微信服务号搭建车主会平台，实现客户生命周期关系；



今时今日的“待客之道”

- 合作背景
 - 一些思考
 - 数字化到店体验
-

引流到店

前台引导

销售接待

产品介绍

试乘试驾

客户离店



“智慧”体验亮点

✓ 数字化营销

✓ 销售数字系统

✓ 企业微信

✓ 企业微信

✓ 小程序

✓ 公众号

✓ 车主会平台

✓ 小程序

✓ CRM

✓ 客户生命周期管理



渠道类型



面向全平台用户



面向微信用户



面向新闻/视频用户

朋友圈定向投放



Benefits

数字化体验

客户兴趣度

指标项	原渠道	新渠道
线索有效性	57.1%	66.3%
点击转化率	2%	3.2%



客群拓展

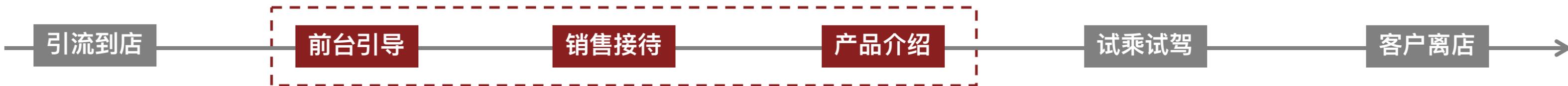
Benefits



精准营销

节省获客成本

指标项	原渠道	新渠道
线索成本	54元	34元
销售转化	23.6%	31.8%



■ 企业微信



电子名片



微管家/助理

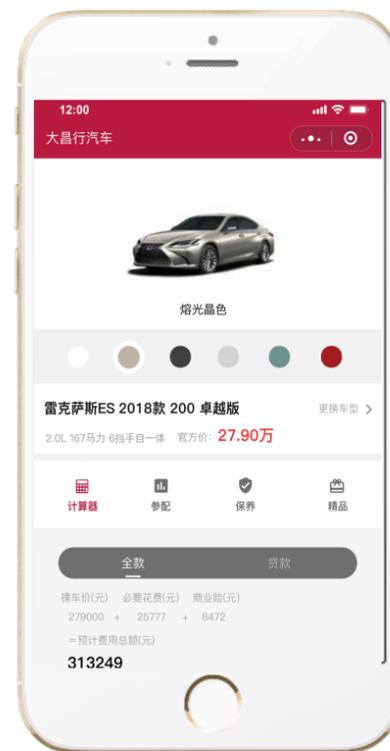
链接场景	频次	成功率
到店线下添加	高	70%-80%
电话/微信号搜索	低	32% 微信添加(20%-27%)
二维码推荐	高	56% 微信添加(40%-50%)

多触点链接

■ 数字化产品介绍



产品介绍



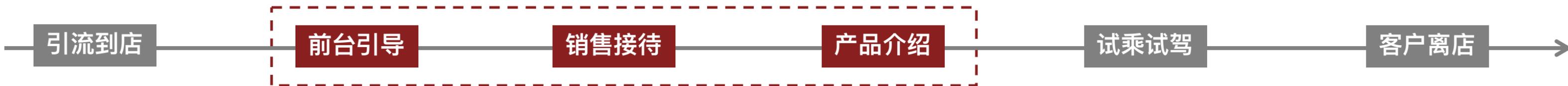
电子报价单

■ Benefits

客户关系留存

数字化体验

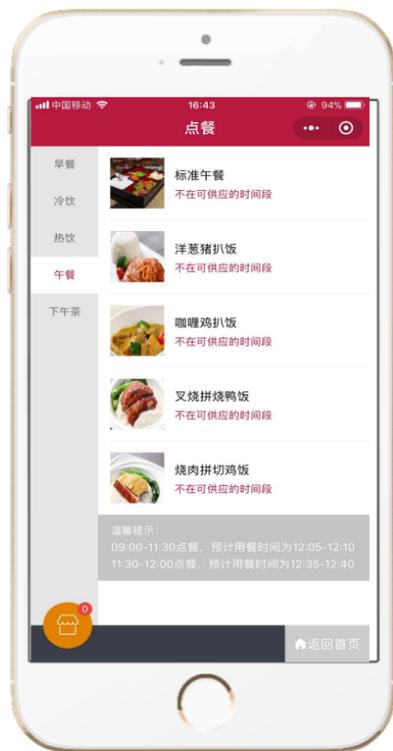
指标项	新渠道
UIO留存率	64.7%
销售人均添加	32人/月



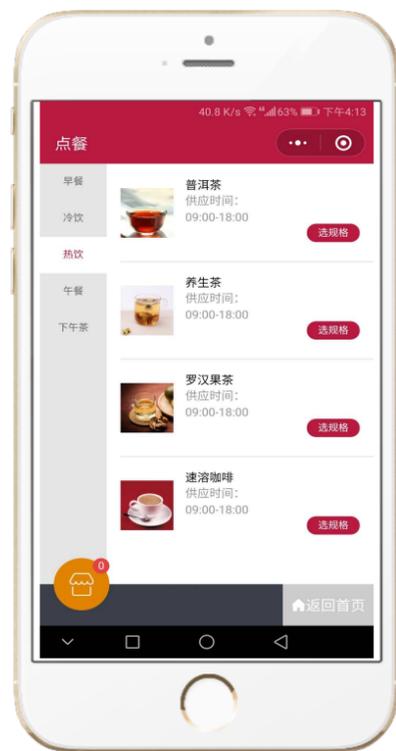
■ 点餐小程序

■ 电子报单小程序

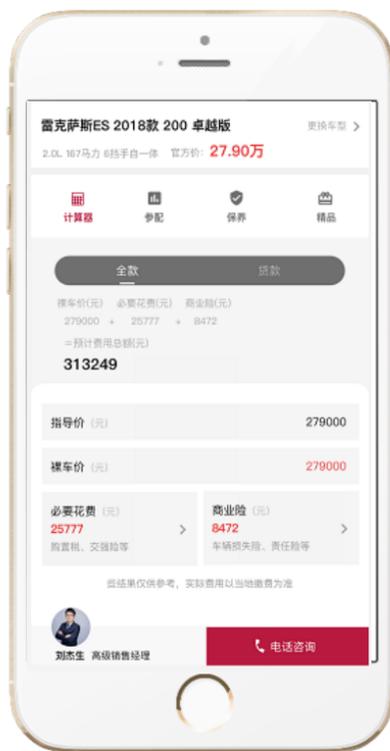
■ Benefits



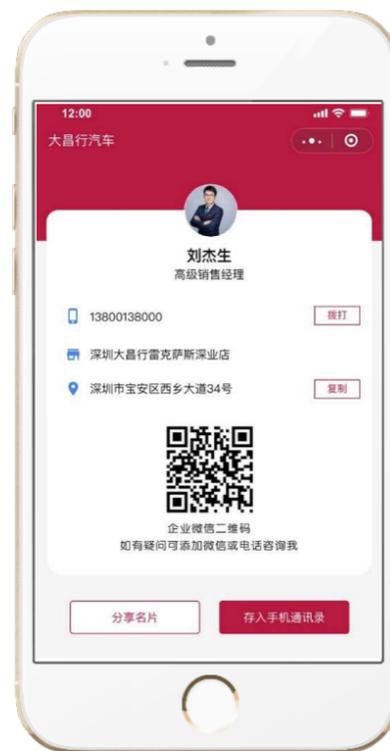
午餐预定



饮料下单



虚拟选配

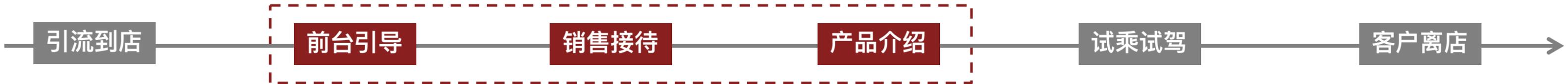


顾问推荐

响应速度，移动服务

线上互动体验

指标项	新渠道
反馈速度	提升30%
满意度	提升2.4%



■ 企业微信

■ 小程序

■ Benefits



移动办公审批



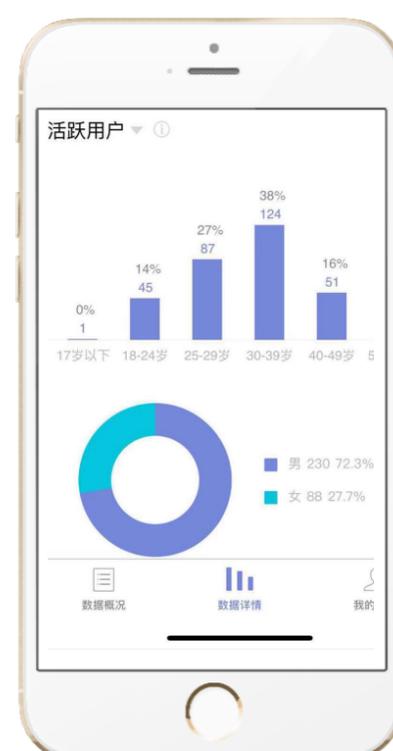
MS O365互通



接入办公应用
(用车/用章/会议/分配.....)



搭载企业微信



用户行为分析

工作效率提升

丰富客户画像

指标项	5月30日	10月30日
审批时效	7小时	0.6小时
员工导入	0人	6,966人



■ 车主会公众号平台

■ Benefits



车主公众号关注



搭载满意度调研小程序



个性试驾短片推送



车主关怀礼遇 ...

CRM

生命周期管理



关注 试乘试驾 订车 购车 1个月 3个月 6个月 12个月 18个月 24个月 30个月 36个月

集团简介

致谢函
服务评价

好友推荐

交车致谢函
及CS调研

定保邀请

保养套餐推荐

置换服务



Call Center/
微信公众平台

车辆保险

首保邀约

续保邀约

四季检测

金融再购

售后促销

延保服务

“车”服务

客户专属
试乘试驾
VCR

增值保险

车主维系活动

周年谢礼

车主会活动

好友推荐活动

个人理财

入库致谢

车主微报
- 关怀篇

公益之行

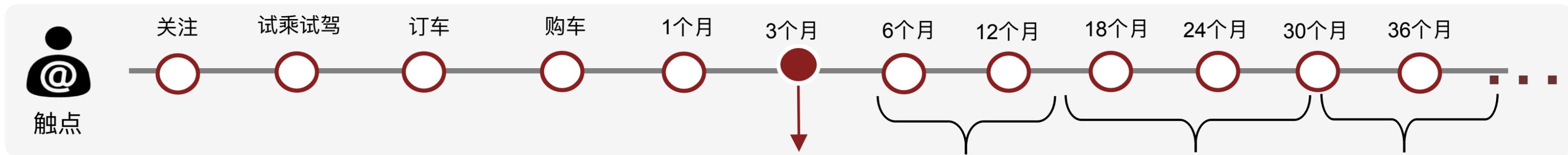
专属礼品

车主积分

用车关怀

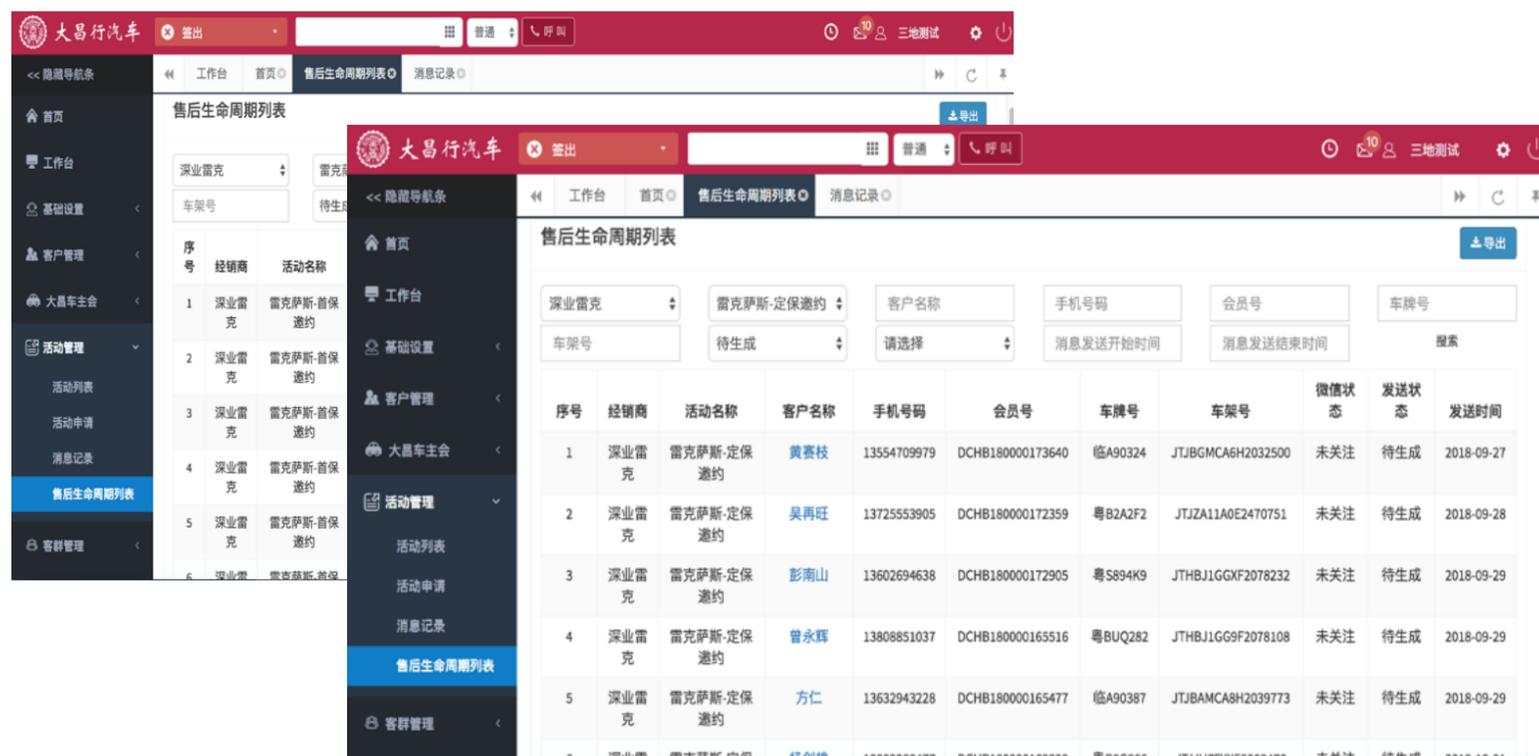
“人”服务

Case 1 客户生命周期管理 —— 公众号邀约招揽



■ 后台&前端

■ Benefits



客户用车记录

自助提醒, 定向推送

提升工作效率

Case 2 客户生命周期管理 —— 小程序预约保养



■ 用户端

■ 员工端

■ Benefits



爱车管理



自选服务/时间



客户代约
(顾问填写, 发起邀请)



搭载企业微信
(1对1服务, 推送小程序)



工单看板

丰富邀约渠道

提升邀约成功

指标项	原渠道	新渠道
当月邀约成功率	30.4%	34.1%
小程序邀约入场占比	0%	21.1%



CRM系统



车主会



微信平台 / Call Center



客户



用户行为分析 小程序

跟进用户行为，丰富客户画像，为营销决策提供可靠依据



业务数据视图 小程序

经销店、事业部、总部三层视图，实时管控业务进度



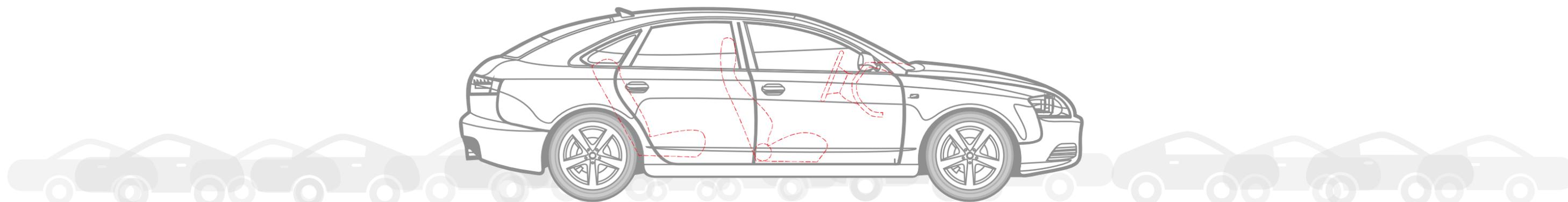
工作效率提升 企业微信 小程序

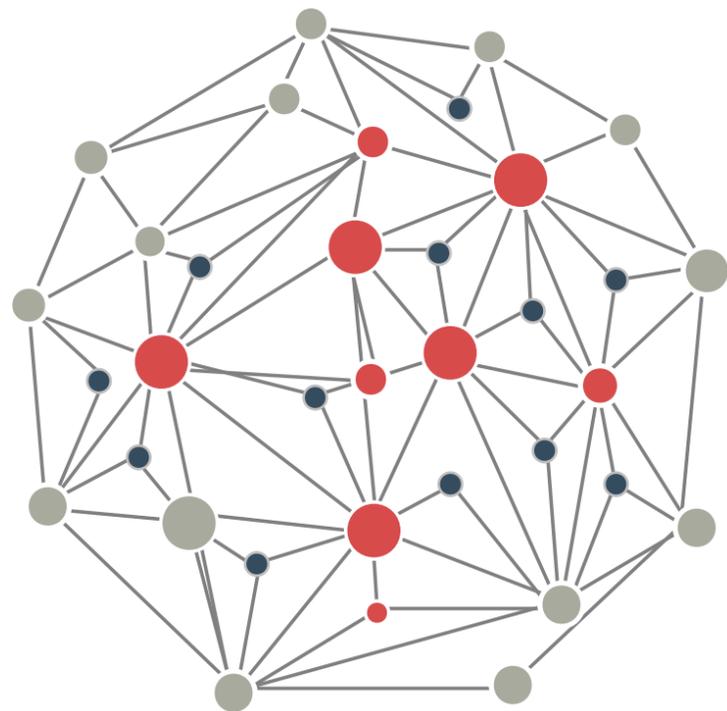
移动办公，减负销售员，丰富其武器库，提升销售效率及质量



业务能力提升 企业微信 服务号 小程序

客户生命周期管理，“人、车生活”营销服务





今时今日的“待客之道”

- 合作背景
 - 数字化到店体验
 - **一些思考**
-

▶ 在厂家及经销商集团都有销售、售后、CRM等业务系统规划时（前端+后台），如何与小程序结合？

类别	亮点	推广难度	功能定位	应用目标
业务系统	<ul style="list-style-type: none">• 业务流程管理• 完整Dashboard• Contact life cycle	<ul style="list-style-type: none">• 实施难度大• 整合难度大• 速度偏慢	大而全	<ul style="list-style-type: none">• 全流程规划• 保留互通空间
小程序	<ul style="list-style-type: none">• 轻便体验• 互动感强	<ul style="list-style-type: none">• 实施难度小• 整合难度小• 速度快	<ul style="list-style-type: none">• 抓小的精体验点(侧重线上)• 系统未完善前补充• 系统完善后互融	<ul style="list-style-type: none">• 搭载企业微信/公众号，统一客户窗口的载体• CRM数据互通• 跨部门协调/整合资源



电子报价单

通过小程序传递给客户，轻便查询



点餐小程序

强化互动增加体验惊喜，提升服务收益（精品）



智能道闸识别

到店智能识别，提高服务效率，改善体验



预约保养小程序

新增线上保养渠道，简化预约程序

► 如何充分调动公司的全体员工使用企业微信?

□ 观念问题 *自上而下, 迁移使用习惯*



□ 执行问题 *完善机制, 推广全民动员*



措施	目标	担当	完成时间	点检人	考核措施	辅助工具
1、各部门经理负责统计, 自己部门员工, 已添加客户微信的数量及明细;	100%	各部门经理	6月15	刘卓		提交汇总CR, 附工具表格;
2、根据员工个人已添加客户统计名单, 邀约顾客添加企业微信;	100%	各部门经理	6月30	王曼	达成90%, 每部门奖励500元; 个人添加率低于部门平均回加率, 除法50元/人次	附邀约添加流程话术; CR部负责统计达成率; 客户微信名, 备注车牌、姓名
3、每天进店线索客户, 邀约添加企业微信;	50%	销售员	每天早会	销售经理、展厅经理	根据系统N-1天每人进店线索数量、核查N-1添加数量; 无向客户提及, 算为回访缺失;	附邀约添加流程话术; N+3,CS回访, CR进行问项点检;
4、当日订单客户, 邀约添加企业微信;	95%	销售经理、展厅经理、销售员	每天CR日报	刘卓	高于95%, 每加一个交车客户奖励20元; 低于95%, 每人罚款300元; 无向客户提及, 算为回访缺失;	若客户交车时, 或客户来电保养时, 之前有加客户微信, 则不记入考核范围;
5、当日维修保养客户, 邀约添加企业微信;	95%	售后经理、保险\前台主管、SC	每天CR日报	刘卓	高于95%, 每加一个交车客户奖励10元; 低于95%, 每人罚款200元; 无向客户提及, 算为回访缺失;	

目标: 2年内有效UIO, 企业微信添加率65%!

数字化方案

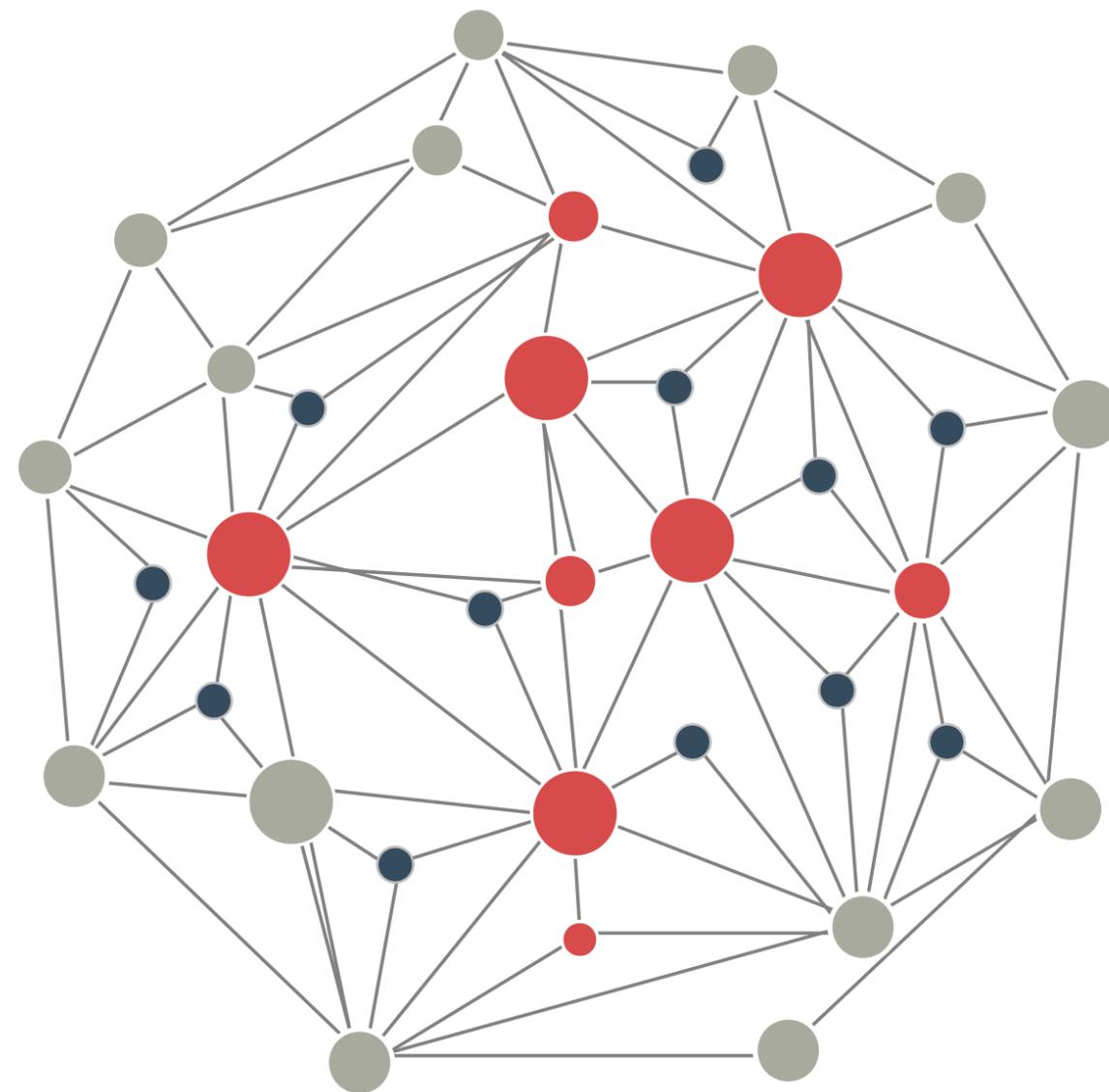
梳理服务全流程，结合“大数据+智慧”
“产品，助力实现全面数字化升级



THANKS

大昌行汽车

2018.11.02



腾讯联合协会发布行业报告



中国汽车流通行业发展报告

腾讯, 中国汽车流通协会, 清华长三角研究院, 北汽产投

- 中国汽车市场分析
- 中国汽车流通行业分析
- 经销商面临的挑战、解决方案及案例
- 腾讯在汽车经销行业的智慧解决方案

扫小程序码
获取报告全文

