
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



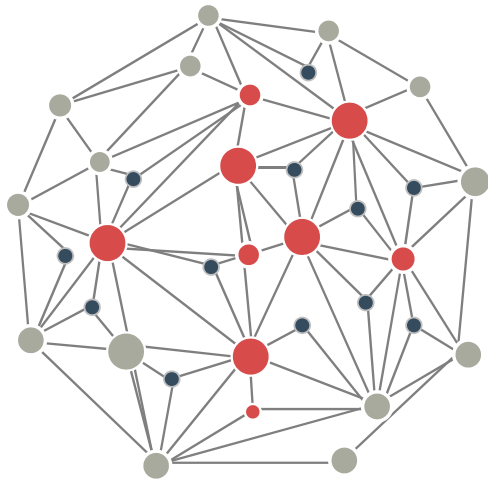
CONTENTS



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

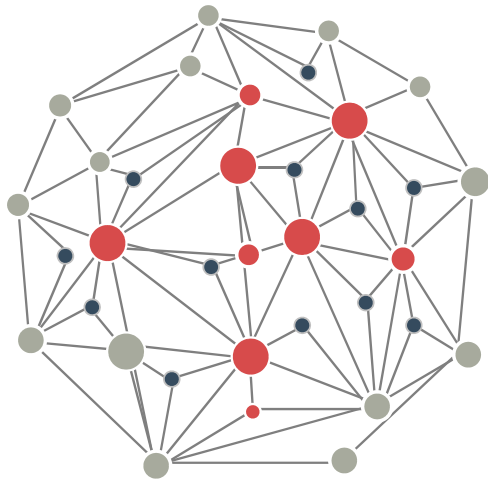


- 内部服务搭建综合移动办公平台；
- 外部服务沉淀客户关系，实现数字化营销方案的定向触达；

- **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**
-

今时今日的待客之道

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%

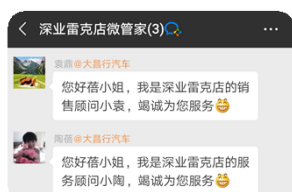
引导接待、产品介绍 —— 客户视角 企业微信



■ 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

引导接待、产品介绍 —— 客户视角 小程序



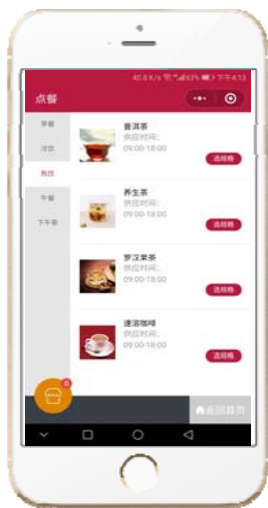
点餐小程序

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%

引导接待、产品介绍——企业视角



■ 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



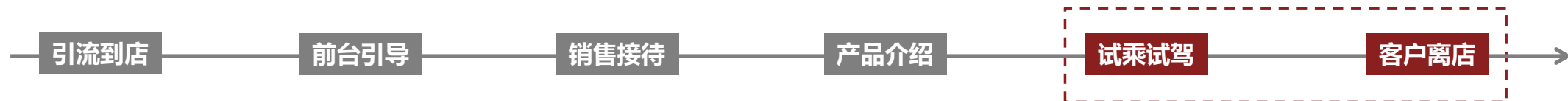
用户行为分析

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

试乘试驾、客户离店 —— 客户视角



■ 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

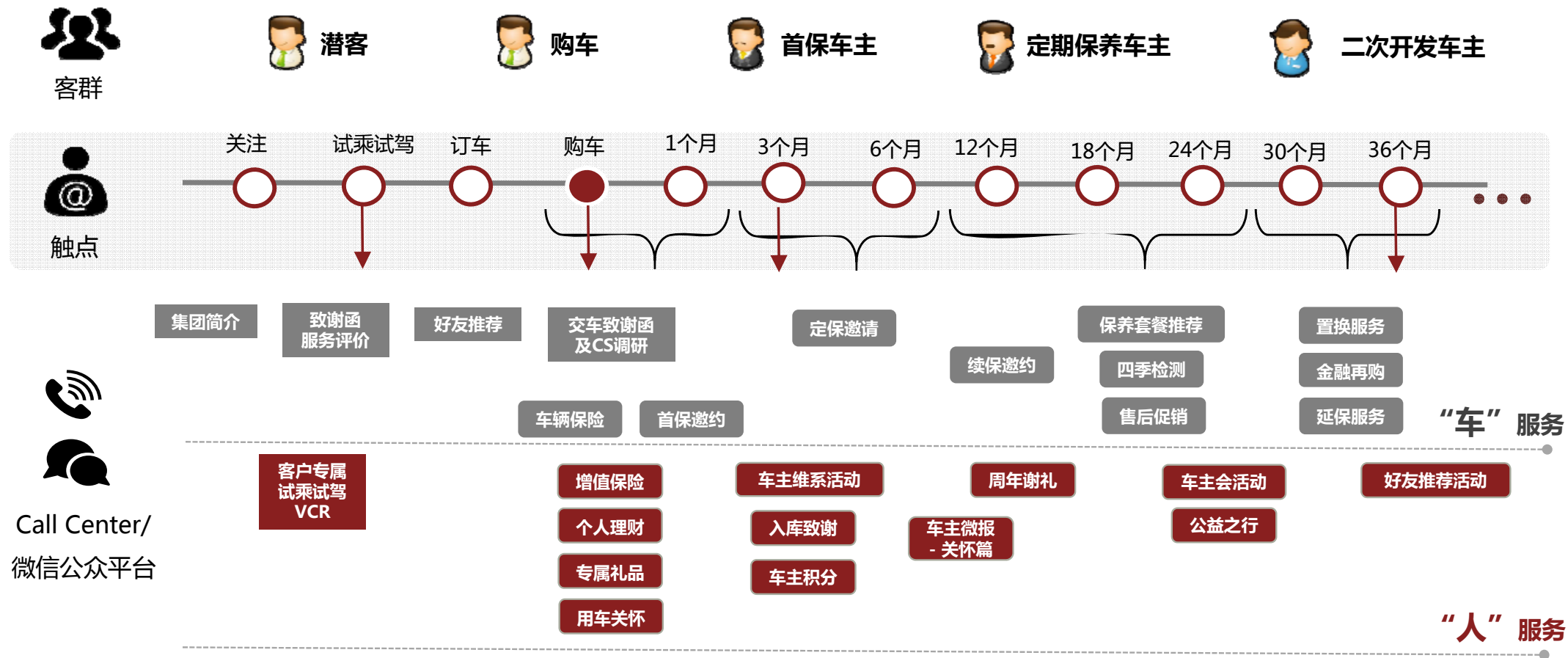


车主关怀礼遇 ...

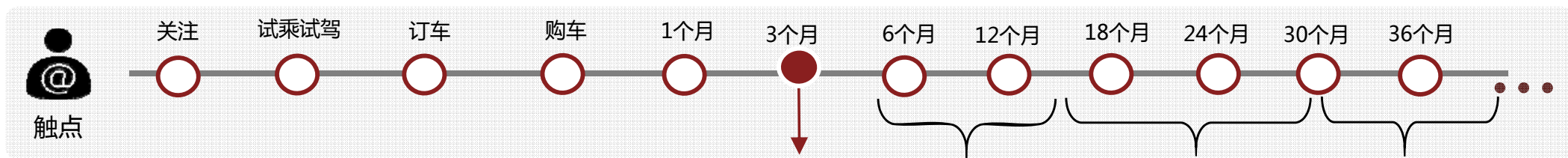
CRM

生命周期管理

客户生命周期管理

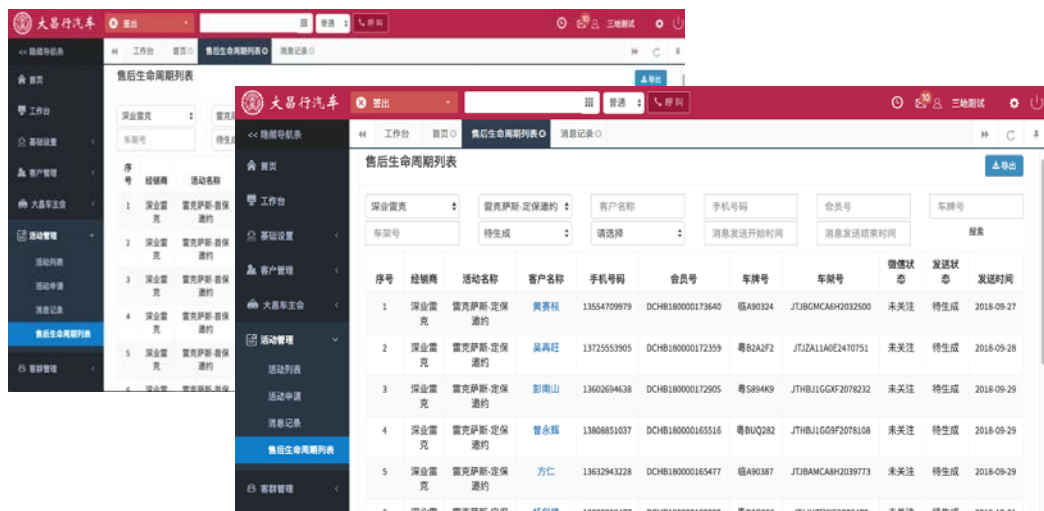


Case 1 客户生命周期管理 —— 公众号邀约招揽



■ 后台&前端

■ Benefits



后台客群捕捉 + 信息调用



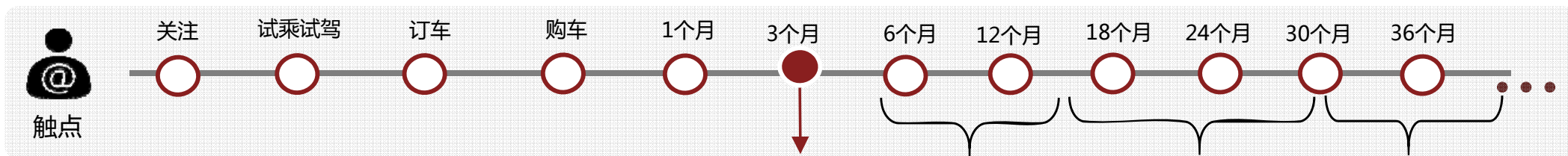
招揽推送

客户用车记录

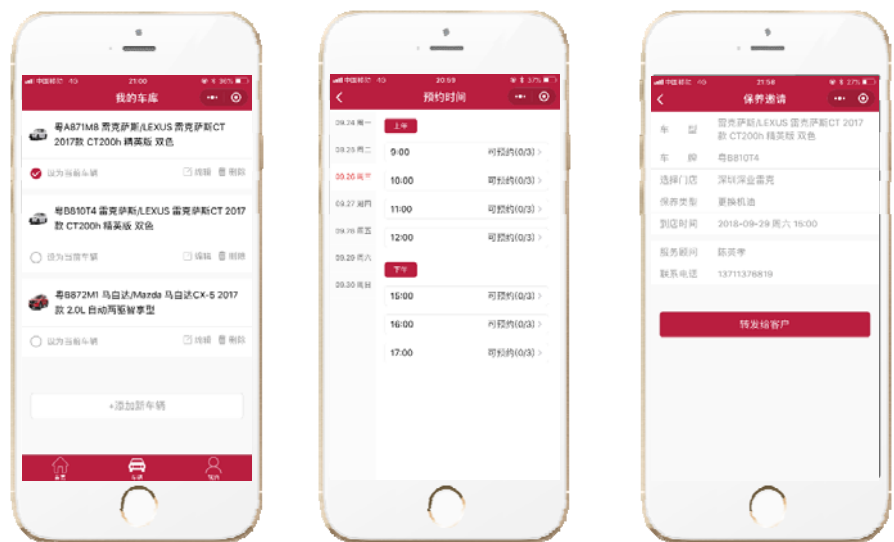
自助提醒，定向推送

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



爱车管理

自选服务/时间

客户代约

(顾问填写, 发起邀请)

■ 员工端



搭载企业微信

(1对1服务, 推送小程序)

工单看板

■ Benefits

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



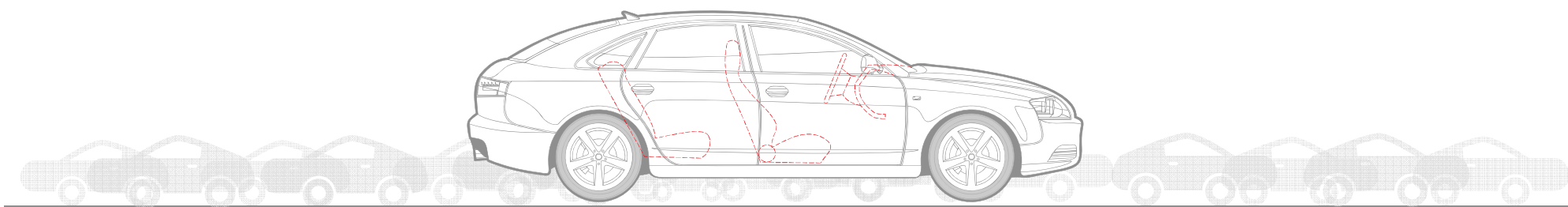
工作效率提升 企业微信 小程序

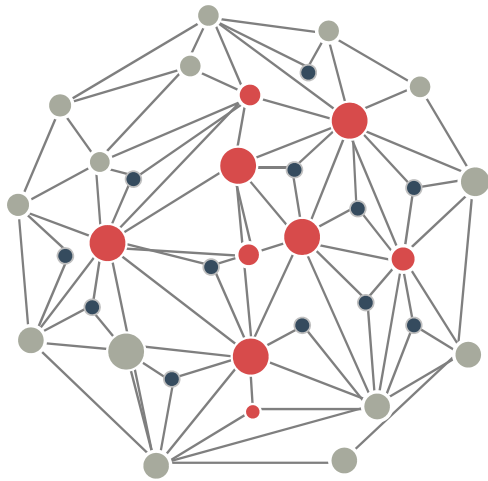
移动办公，减负销售员，丰富其武器库，提升销售效率及质量



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*



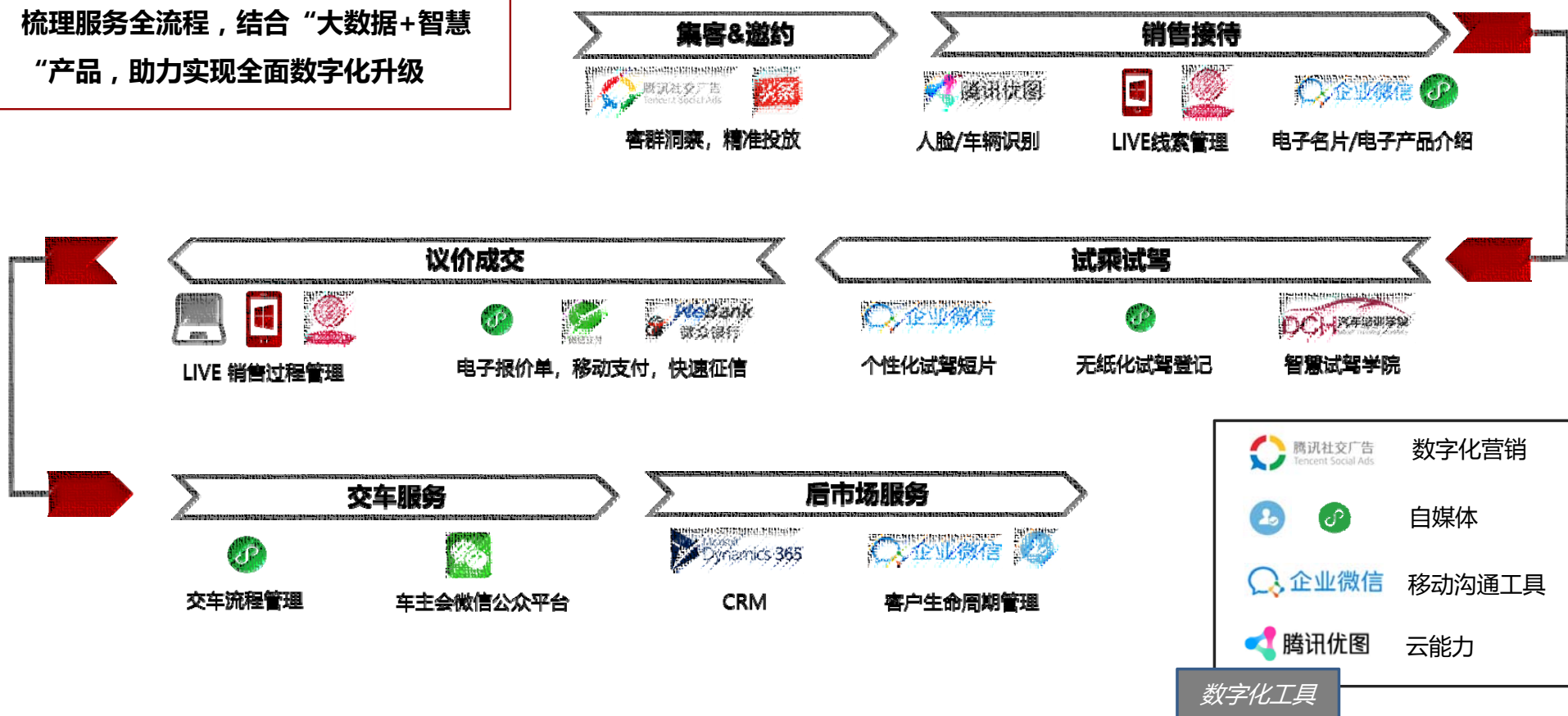
措施	目标	担当	完成时间	点检人	考核措施	辅助工具
1、各部门经理负责统计，自己部门员工，已添加客户微信的数量及明细；	100%	各部门经理	6月15	刘卓		提交汇总CR，附工具表格；
2、根据员工个人已添加客户统计名单，邀约顾客添加企业微信；	100%	各部门经理	6月30	王晏	达成90%，每部门奖励500元； 个人添加率低于部门平均回加率，除法50元/人次	附邀约添加流程话术； CR部负责统计达成率； 客户微信名，备注车牌、姓名
3、每天进店线索客户，邀约添加企业微信；	50%	销售员	每天早会	销售经理、展厅经理	根据系统N-1天每人进店线索数量、核查N-1添加数量； 无向客户提及，算为回访缺失；	附邀约添加流程话术； N+3,CS回访，CR进行问地点检；
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，之前有添加客户微信，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%！

对数字化经销店的展望

数字化方案

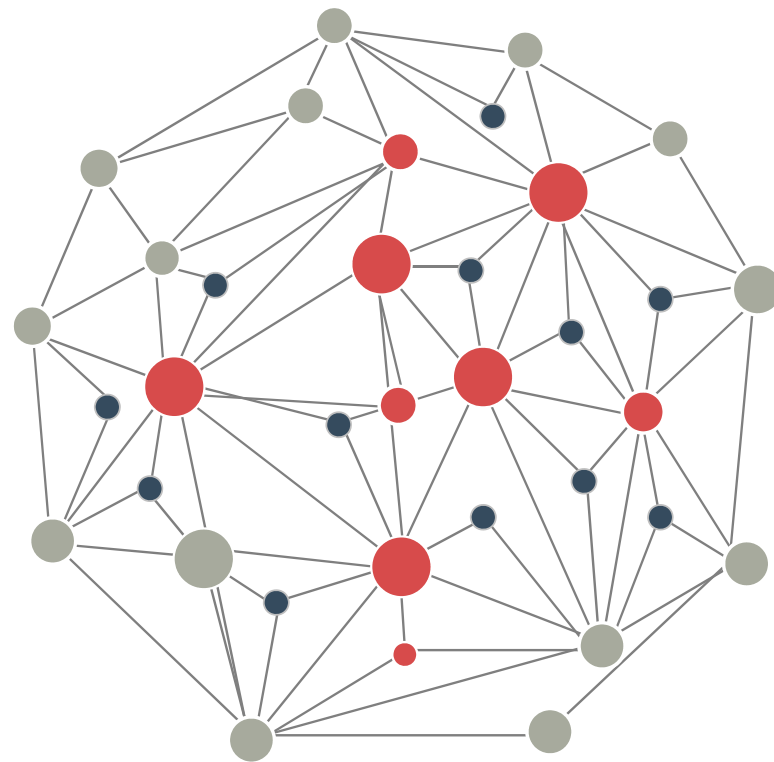
梳理服务全流程，结合“大数据+智慧”产品，助力实现全面数字化升级



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

