

奥迪数字展厅

- ◆ **所属行业**：汽车
- ◆ **执行时间**：2017.09.01-12.20
- ◆ **执行范围**：大中华区
- ◆ **参选类别**：大数据营销类

● 案例背景与营销目标：

背景：汽车厂商目前无法有效管理经销商线索转化数量及质量；在投入产出过程中无法通过数字化方式进行管理干预，智能被动接受人为和主观转化结果；在数字化信息线索逐渐取代传统线索获取形式的背景下，转化管理方法单一，只能通过简单传统的图表或邮件形式反馈经营管理过程；展厅数字化体验较少，接待流程仍以纸质化为主，数字化体验较差；销售资源配比存在不合理情况，希望通过数字化方式高效管理线索及转化资源。

目标：展厅是销售转化的“最后一公里”数字化改造有利于快速推进全路数据化运营；通过数字化管理，推动经销商运营规范化，确保销售流程及服务流程有效、合规执行；提升运营管理效率，节约成本；结合大数据，丰富线索画像维度，为经销商转化提供多点式转化突破口，提升转化率；丰富主机厂用户数据库，优化提升线上精准营销效率；实现智能化服务接待，为用户带来极致数字化体验。

● 创意策略与执行：

用户进店后在前台人员的引导下，通过数字化智能终端（无线热点/Pad/小程序入口等）可以十分便捷的进行店内留资、店端活动详情了解、车型资料查询等，店端亦可更高效的收集、管理用户信息。

销售助手模块是为销售人员提供的更方便的销售辅助工具。在基于进店用户意向评分指数的基础上，为店端智能分配销售人员、推送提醒消息，帮助店端销售体系实时跟踪用户销售的全流程。

展厅客流监控模块主要负责对进店客群按照区域、时长、分布等条件进行分时段统计，并支持实时汇总和分级展现，在指导店端销售环境以及产品功能区域的同时帮助主机厂获悉整体客流情况。

通过销售顾问的Pad、店端的智能电视、主机厂的互动大屏三个维度完成多终端智能交互模块的部署，提升客户感官体验及厂商对店端情况的实时监控。

作为数字展厅的数据结果性产出，在集客、线索、画像、成交、销售分析等多个维度形成可视化报表，并可根据不同层级的KPI需求，分层展示给各级管理者。

数字展厅概况

以用户导向为核心的数字化营销辅助体系。通过数字设备和大数据收集、分析、挖掘及应用，高效满足购车客户和售后进场客户真实需求，以用户导向为主要目标的线索转化管理平台 and 经销商售后业务提升工具。



带来什么价值

售前转化

- 用户角度：全新数字化购车交互体验。
- 主机厂、经销商角度：数字化运营评价管理手段，经销商运营监测。

售后服务

- 用户角度：便捷、透明的数字服务体验。
- 主机厂、经销商角度：数字化管理模式，提升客户体验与精细高效产能管理手段。

数字展厅——售前用户场景描述

在数字化营销辅助体系下，可以依据进店客户的真实需求，帮助客户更直观、更深入的了解关注车型，实现以用户导向为主要目标的线索管理和转化提升的目标。



数字展厅——售后用户场景描述

通过数字展厅可以依据客户的真实需求，帮助客户在快捷、高度可视化的前提下完成车辆服务过程。以用户导向为核心，实现客户体验和留存提升的目标。



数字展厅功能模块

功能模块以客户购车流程为主要分布依据，在设计上贯穿整个购车流程，突出品牌“用户导向”的核心理念。



让购车客户全程在数字化服务中完成满意购车体验，同时帮助主机厂实时获悉店端数字化营销状态，优化经销商销售资源流程，提升转化效果。

功能详述1-用户数字化接待模块

用户进店后在前台人员的引导下，通过数字化智能终端（无线热点/Pad/小程序入口等）可以十分便捷的进行店内留资、店端活动详情了解、车型资料查询等，店端亦可更高效的收集、管理用户信息。



实现路径:

- 无线热点与探针硬件识别
- 蓝牙iBeacon摇一摇互动设备

店端功能:

- 通客户进店感知
- 销售环境热力区域、行为识别
- 蓝牙营销内容互动，
- 微信小程序互动留资

客户体验:

- 数字化营销带来的极致体验
- 高效的销售流程与便捷贴心服务
- 多种互动手段（小程序、摇一摇）了解店端与品牌的各种政策及活动

功能详述2-销售助手模块

销售助手模块是为销售人员提供的更方便的销售辅助工具。在基于进店用户意向评分指数的基础上，为店端智能分配销售人员、推送提醒消息，帮助店端销售体系实时跟踪用户销售的全流程。

销售助手模块

进店用户画像评分

针对进店留资的用户，基于DMP用户数据画像体系的五大类维度输出用户标签与评分

进店用户分配销售人员

根据店内自主定制的销售人员分配策略，数字展厅系统可自动或手动对不同用户进行销售人员分配。

进店用户消息推送

完成不同用户的销售人员分配后，系统会自动通过微信企业号，向相应的销售人员推送消息，并提供用户信息。

销售跟进反馈与信息修正

销售人员在与用户的交流以及销售进展的过程中，能够在销售助手中实时补充修正客户信息，保证店端经理随时掌握销售人员跟进动态。



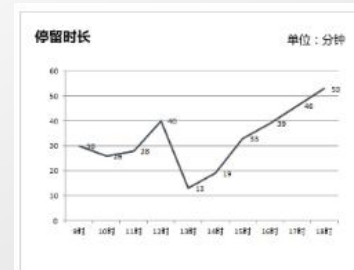
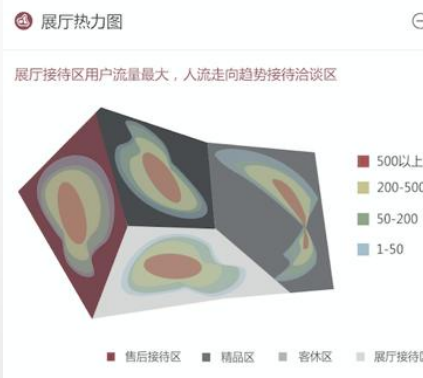
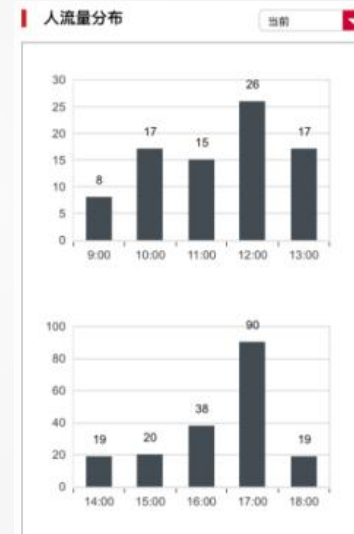
功能详述3-客流监控模块

展厅客流监控模块主要负责对进店客群按照区域、时长、分布等条件进行分时段统计，并支持实时汇总和分级展现，在指导店端销售环境以及产品功能区域的同时帮助主机厂获悉整体客流情况。

数据概况	
当前在店总数：742人	当天累计总数：2303人
销售接待区：322人	售后维修区：420人
首次进店：237人	二次及以上进店：505人
WiFi登录：404人	WiFi未登录：338人

历史累计进店总数：336761人

此数据在线实时更新，主机厂管理层可通过手机端在线实时查看全国品牌4S店的人流量状况及相关的分析，更容易发现问题，问题出现后可以最快予以解决，为决策提供大量的数据支撑。



功能详述4-多终端智能交互模块

通过销售顾问的Pad、店端的智能电视、主机厂的互动大屏三个维度完成多终端智能交互模块的部署，提升客户感官体验及厂商对店端情况的实时监控。



可编辑内容推送

打通Database系统，选择素材一键推送至大屏幕实时展现



视频会议或远程培训

通过远程方式，实现店端与上级管理部门的快速沟通



实时监控与销售统计

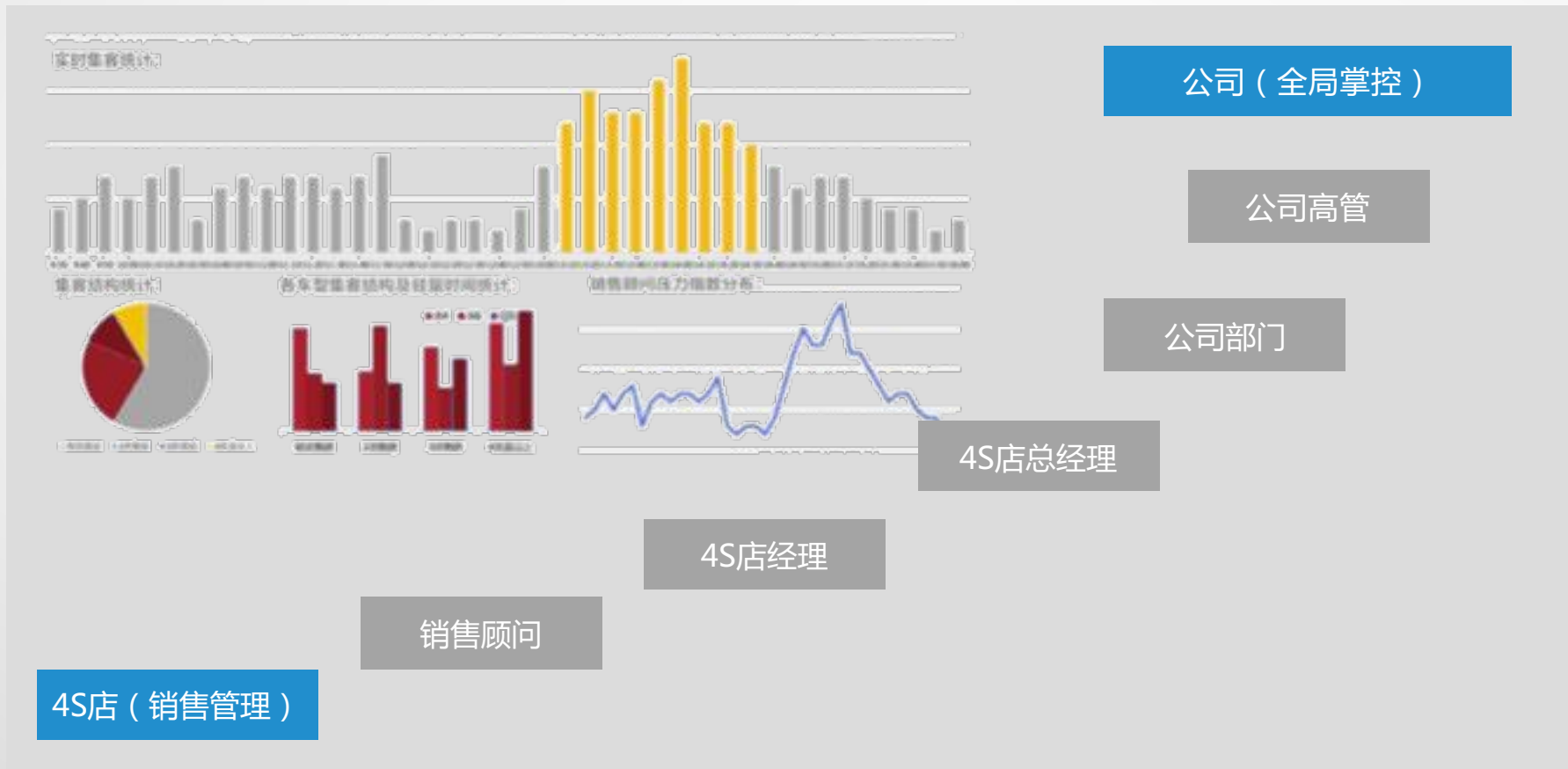
通过店内摄像头和DMP系统协助主机厂实时查询店端情况

对店端：可以在销售顾问和客户洽谈时进行车辆信息展示，给予客户更直观易读的车辆介绍，结合实车给用户的感官反应，最终提高成交率；

对主机厂：店内大屏幕可实时显示店端集客、销售数据的展示，也可作为视频会议或远程培训的设备终端，提高主机厂与经销商间信息传达的效率；同时，结合摄像头设备，还可作为主机厂对店端实景监控的工具。

功能详述5-可视化报表模块

作为数字展厅的数据结果性产出，在集客、线索、画像、成交、销售分析等多个维度形成可视化报表，并可根据不同层级的KPI需求，分层展示给各级管理者。



不同层级KPI需求

针对不同层级角色定制化展现统计报表，满足不同层级的KPI统计需求。

定制化升级功能

以开放式接口提供服务，超过三家经销商的KPI需求，即可添加，定制化升级。

- **核心策略与创新点：**

- ✓ 线上数据一站式采集传递
- ✓ 大数据客户画像丰富
- ✓ 高效管理线索管理流程
- ✓ 客观统计转化结果及过程
- ✓ 智能硬件采集客户真实购买意向需求

- 1、 建立数字化营销业务管理体系；
- 2、 通过数字化营销系统使用实现：线索量扩大、线索维度提升、分级转化率提升的效果；
- 3、 数字营销系统实现：客流提升15%以上、成交率提升3%以上、店端互联网营销集客量达95%以上、百万量级高意向客户&绩优客户特征线索模型。

- **营销效果与市场反馈：**

目前已经合作包括在内的多家主机厂商，店铺2018年将铺设至百家，在前期与奥迪合作的两期中，覆盖全国9家和北京22家经销商，收到经销商一致好评。

汽车主厂商通过爱卡汽车平台获取的汽车信息通过精准科技大数据平台赋能，实现了意向客户的高效转化，以大数据技术助力汽车品牌实现精准营销。

——爱卡汽车

精准科技搭建的数字展厅带给消费者智能化购车体验，销售顾问能够快速了解我们消费者的诉求，沟通更加流畅，购车体验很好。

——消费者