

汽车新零售的新思考

汽车新零售的迫切性



中国是全球最大单一市场
年销量超2千万台，多年持续增长

2018整体汽车销量开始下滑
金9银10风光不再

经销商盈利水平下滑
前期渠道过快扩张恶果显现

2018可能是真正的转折点

汽车新零售的起点

新零售的主角

<品牌车企>



- 产品生产
- 品牌传播

<4S店>



- 店头集客
- 完成交易

<顾客>



4S店模式的困局

大部分4S店销售区域周边
资源有限，难以独立开展新零售



<品牌车企>



4S店新零售需要
品牌车企的赋能

痛点 1：4S店对周边人群洞察缺失



- 顾客是谁？
- 顾客在哪？
- 顾客需求？
- 对比竞品？

痛点 2：经销商集客手法仍在冷兵器时代



4S店方圆5km可实施活动：

- 户外广告
- 商场外展
- 电台广播
- 打电话邀约



汽车新零售的核心是赋能4S店开展全方位营销

<品牌车企>



赋能

<4S店>



1. 数据分析 ➡ 2. 锁定顾客 ➡ 3. 市场营销 ➡ 4. 评估反馈 ➡ 5. 优化传播



大数据时代 汽车营销新机遇



汽车新零售 —— 车企营销数字化战略

一切业务 \Rightarrow 数据化

所有企业业务过程数据记录下来
形成一个数据的闭环

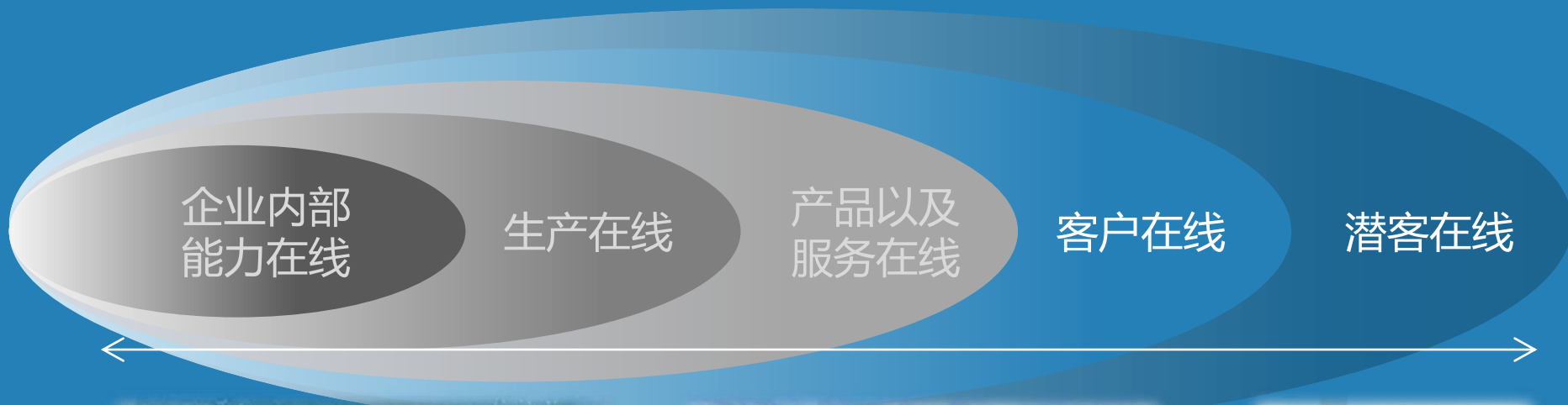


一切数据 \Rightarrow 业务化

用数据驱动决策，通过数据分析及
所得结论指导企业的业务发展方向



任务：在车企与经销商共建数字化营销体系，实现营销业务数字化



<品牌车企>

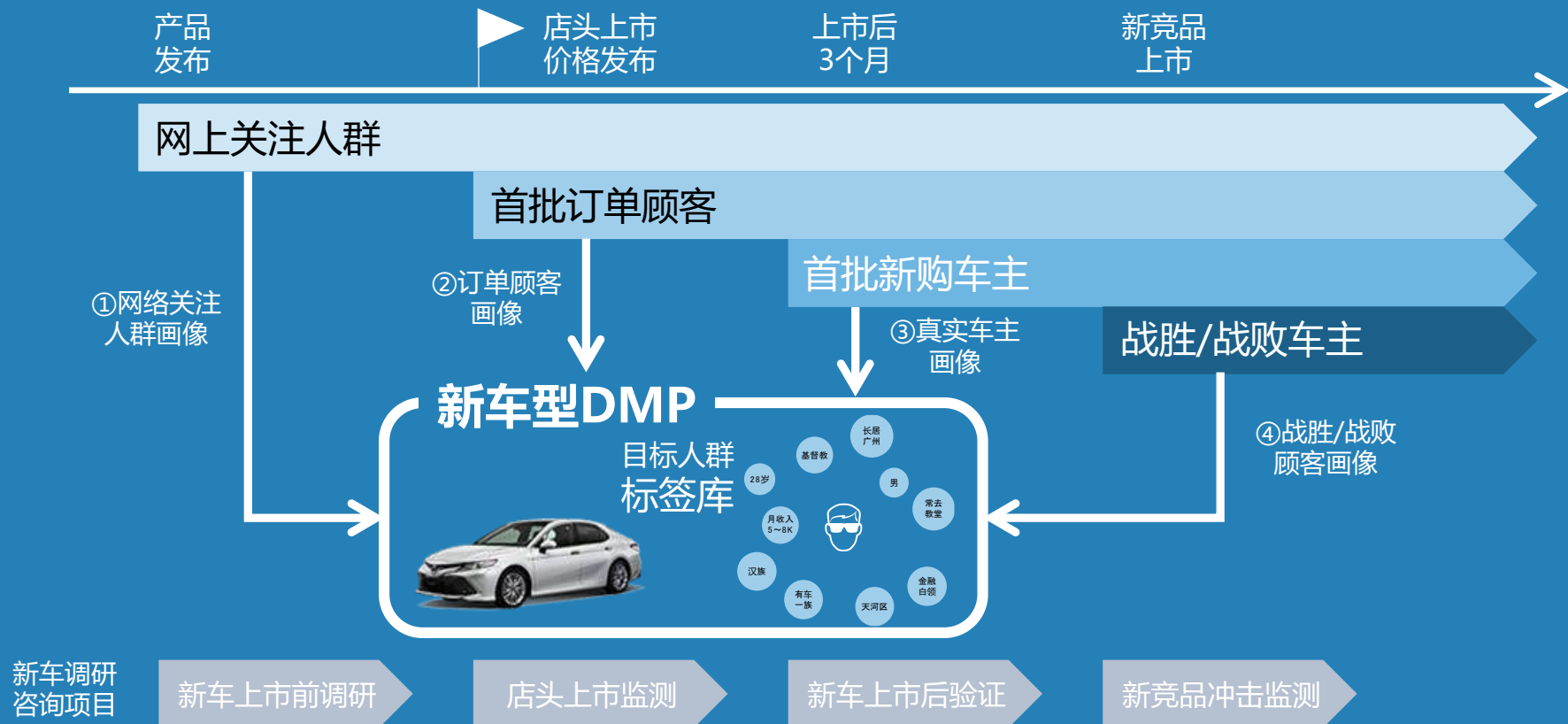


<经销商>

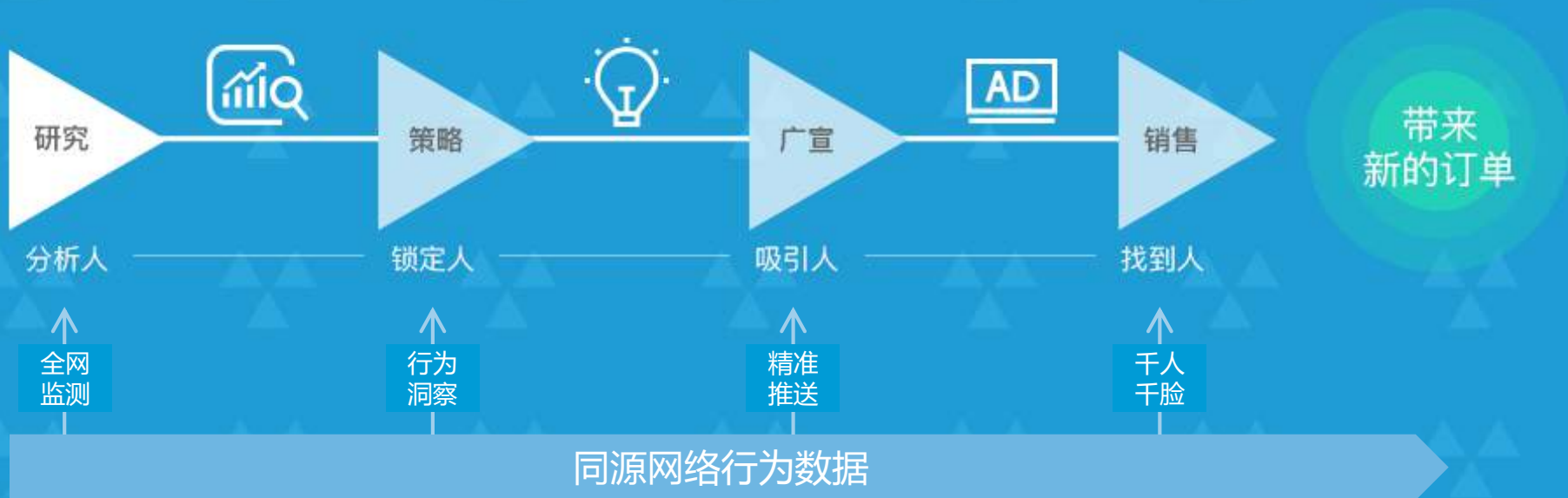


网络潜在客户挖掘

识别受众快速迭代优化



以“研究咨询+大数据”为驱动，直至销量提升 实现‘同源数据’的全营销流程解决方案的打通



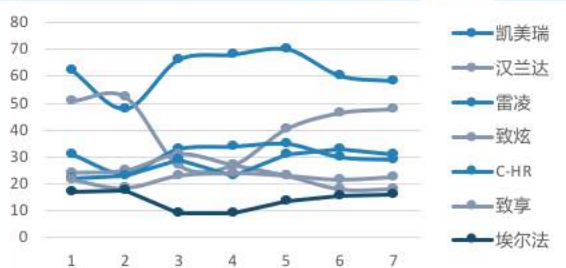
既支持车企全国数字营销，也赋能经销商在小区内开展



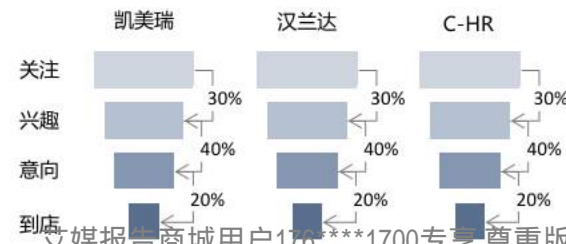
需求潜力 (本城市)



车型需求 (本城市)



转化漏斗 (本城市)



100 浏览量

21 400电话

18 线索

凯美瑞



<浏览量>



<400电话>



<线索>



汉兰达



C-HR



雷凌



致炫



致享



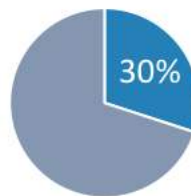
埃尔法



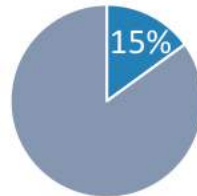
到店效率 (本店)

选择车型

同城同品牌内份额



同城内市场份额



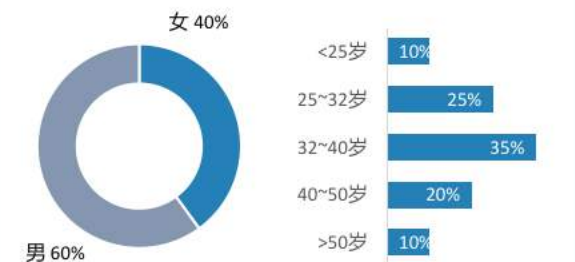
引流数据 (本店)

选择车型



基本属性 (本店)

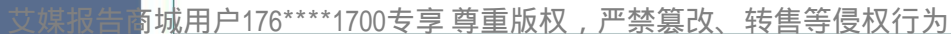
选择车型





选择品牌/车型

X



赋能经销商开展多样化大数据营销活动

经销商/协力会



区域内
开展

支持

汽车大数据

DMP

支持汽车大数据
精准营销服务



RTB程序化广告

车型潜客



投放时间



投放频次



自制广告



自发网络活动

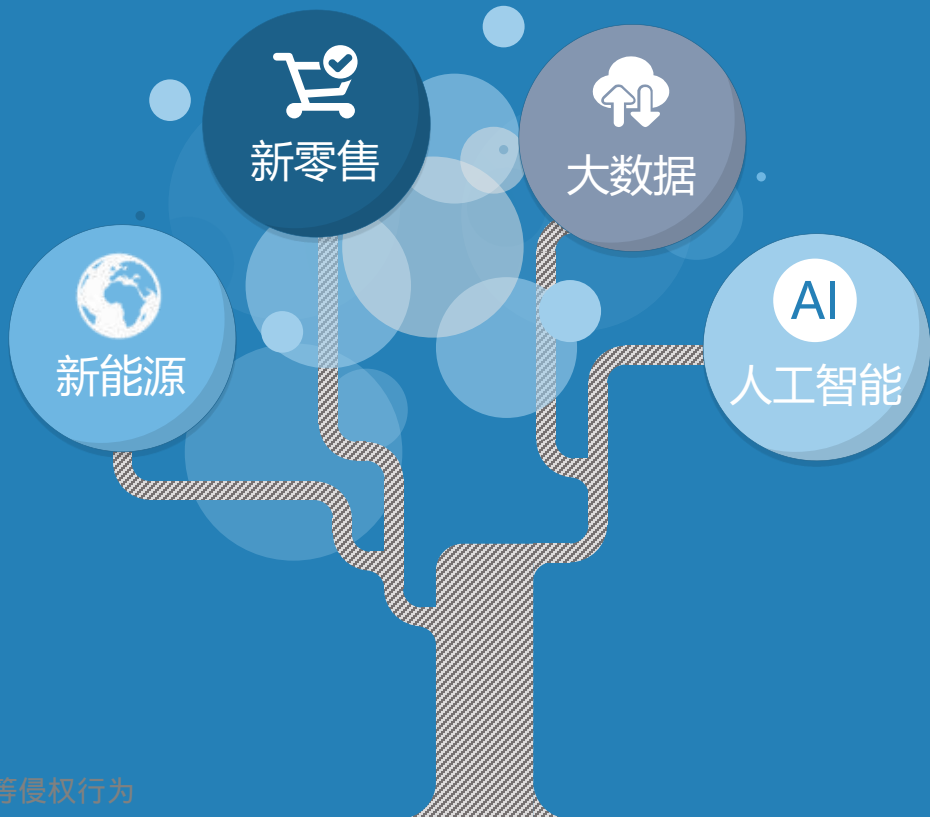
(e.g. 自组织团购)



DataSpark公司使命



聚焦汽车行业的新零售,
结合行业洞察与大数据应用,
提供全方位数字化市场
营销咨询与精准传播解决方案。



DataSpark三大智慧4S店产品

1

大数据新零售
渠道管理



2

大数据新零售
精准广告



3

大数据新零售
CRM管理



DATA
SPARK

THANK YOU

