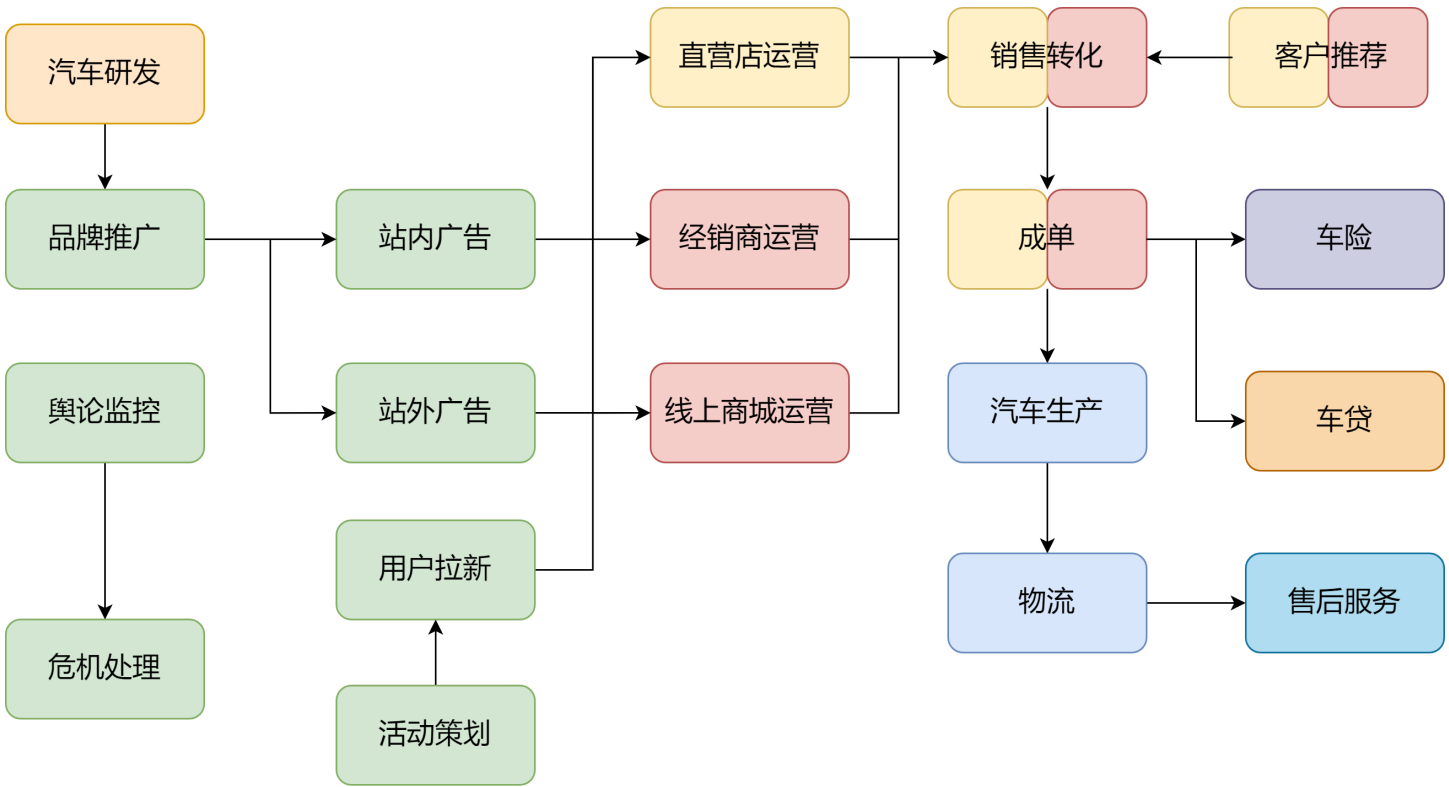


注： 以下为方案的部分展示

2.部门业务流



汽车工程研究院	产品规划及新技术研究院	迪派智行	直营事业部	系列车型销售
弗迪电池	弗迪动力	弗迪科技	汽车金融公司	财产保险公司
弗迪精工	第十一事业部	品牌及公关处	汽车售后服务部	事业群职能部门

说明:

系列车销售包含了王朝网销售，海洋网销售，腾势销售，仰望销售以及方程豹销售等销售部门

3.确定北极星指标

3.1明确商业价值和用户价值

考虑到实际情况与指标的可测量性，本文中仅考虑新能源汽车产业中的三个商业目标：

- **新能源汽车领导地位：**巩固在新能源汽车领域的领导地位，提升电动汽车的市场份额。通过技术创新，推出更高性能和更具竞争力的电动汽车产品，满足不断变化的市场需求
- **优化供应链：**优化供应链管理，提升生产效率和降低成本，增加企业的抗风险能力。通过垂直整合，确保核心零部件的生产能力，尤其是电池和动力系统
- **提升客户体验：**提升用户的整体体验，从产品设计到售后服务，增强客户满意度和忠诚度；通过数字化转型，提升与用户的互动与沟通，获取用户反馈，以不断改进产品和服务

确定用户价值: 在享受汽车作为代步工具的同时，确保汽车的安全性与经济性，同时驾乘人能够更加舒适的体验驾车与乘车的过程

商业目标：提升电动汽车的市场份额；降低供应链成本；提升客户体验；	用户价值：汽车安全性，经济性以及舒适度

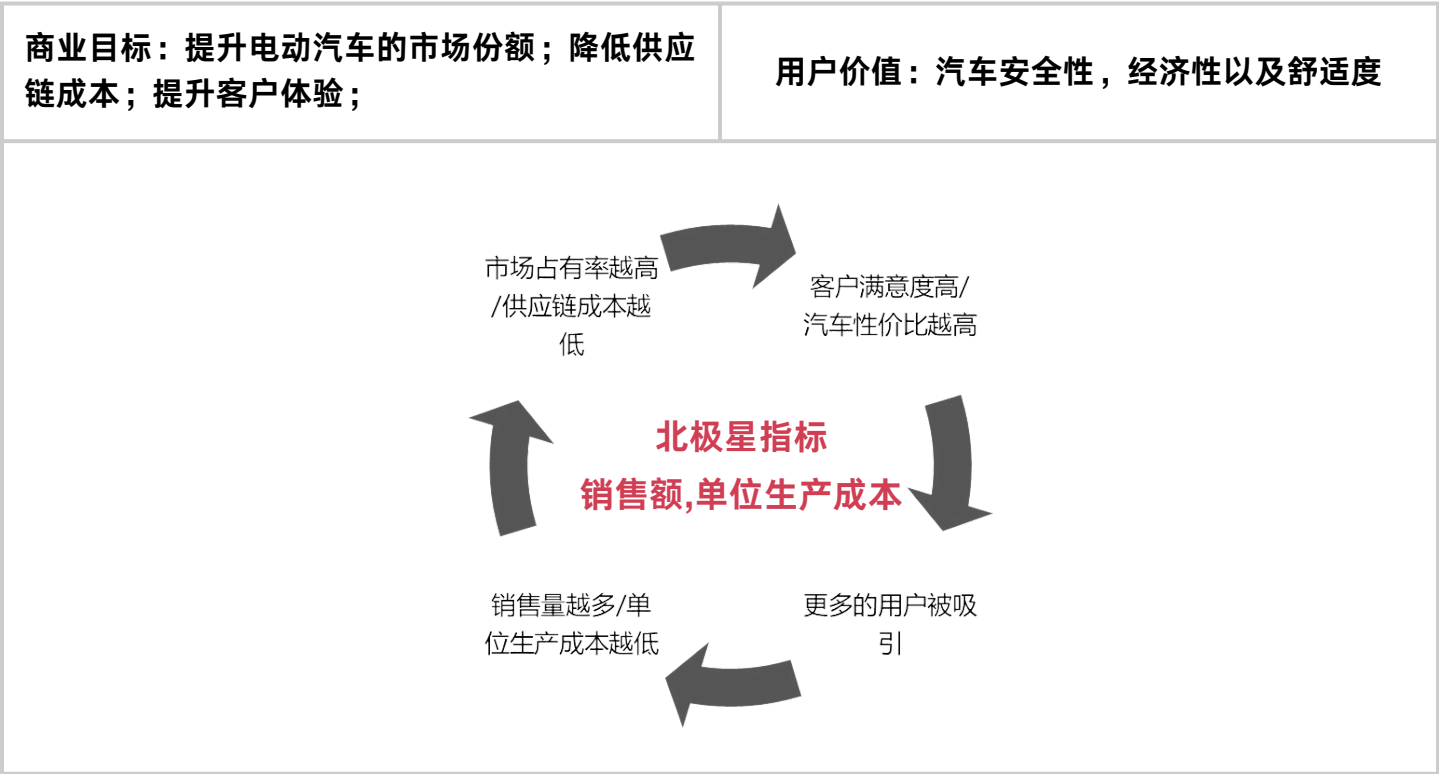
3.2确定备选指标

市场占有率，销售额，销售量，单位生产成本，客户满意度，K因子

标准	市场占有率	销售额	销售量	单位生产成本	客户满意度	K因子
1.能够反映用户从产品中获得核心价值	✓	?	✓	✓	✓	✓
2.能否为产品达到长期商业目标奠定基础	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.能否反映活跃程度	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.指标变好，能否提示整个公司在往好的方向发展	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.是否简单，直观，容易获得，可拆解	✓	✓	✓	✓	×	×
6.是否是先导指标，而非滞后指标	×	✓	✓	×	×	×

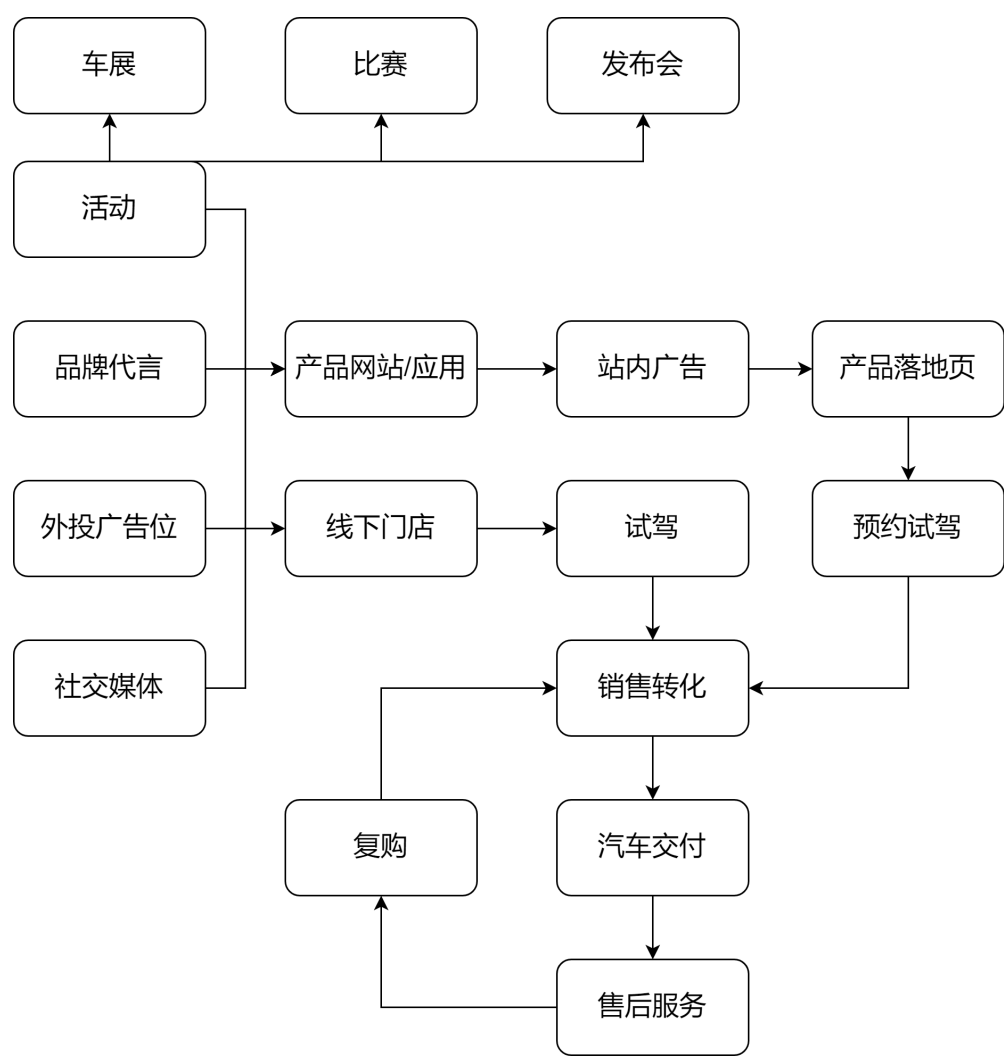
由上述图表可以明确的看出，销售量作为北极星指标，可以很好的衡量新能源汽车在市场上的占有率以及客户的满意程度，但无法衡量供应链的成本；由于考虑到降低供应链成本是一个长期的过程，单位生产成本虽然是一个滞后指标，但也应该纳入北极星指标中，销售量与单位生产成本这一组合可以更全面的反映商业目标的实现情况。

3.3确定北极星指标



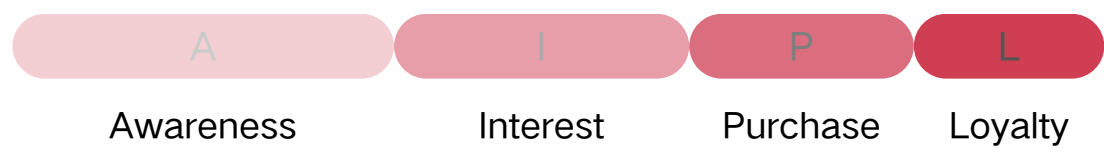
4.梳理业务

4.1 梳理用户路径



4.2 设计指标模型

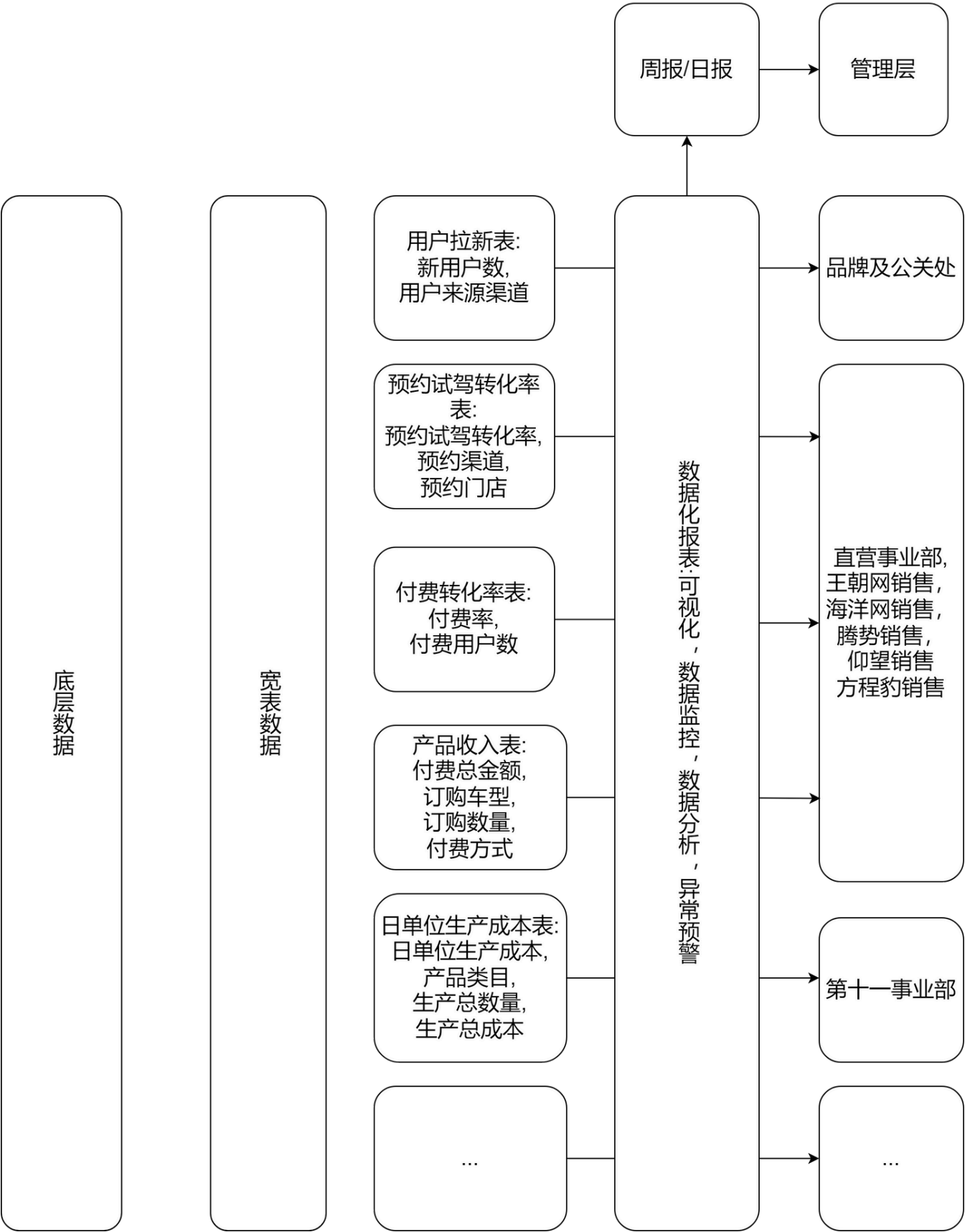
通过对用户路径的梳理可以十分清晰地看出用户是如何从了解产品到最终产生购买行为，并进一步形成忠诚度，由此，我们可以使用AIPL模型进一步解释用户的具体购买路径。



第一阶段Awareness: 认知

这一阶段的主要目的是让潜在客户对品牌、产品或者服务有基本的认识或者了解。

4.4 设计指标体系结构图



4.5 确定指标口径

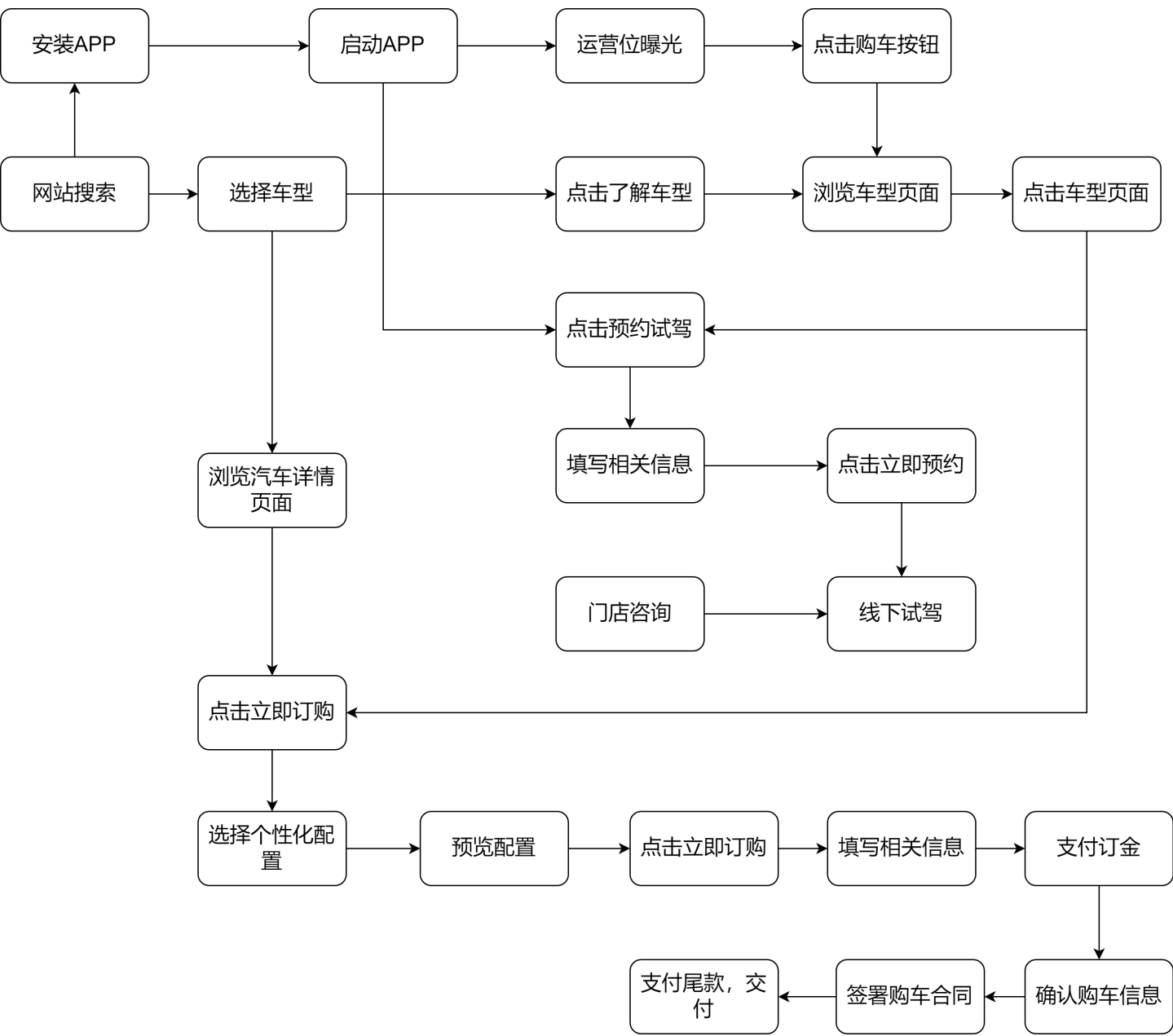
4.5.1 完善指标体系中的表

核心指标	拆解指标	对应表	主要统计内容		
销售量	拉新用户数	用户拉新表	拉新用户数		
			用户渠道来源		
	预约试驾率	预约试驾转化率表	预约试驾人数		
			到店试驾人数		
			预约试驾转化率		
			试驾转化率		
			门店客流量		
			网店客流量		
			网站客流量		
			预约渠道		
			预约门店		
			回访率		
			签约率		
			交付率		
			付费率	付费转化率表	付费用户数
					付费率
	付费渠道				
	付费方式				
	站内广告曝光人数				
	站内广告曝光次数				
	站内广告点击次数				
		产品收入表	产品总收入		
			订购数量		
			订购车型		
人均付费金额					
人均购买次数					
单位生产成本	生产成本	日单位生产成本表	生产条线		
			产品类目		
	生产数量		产品总成本		
			产品生产数量		
			日单位生产成本		

人均购买次数	已交付用户人均购买次数	人均购买次数=产品销售数量/已交付用户人数
交付周期	从支付订金当日距交付当日的天数	交付周期=交付日期-支付订金日期
门店到访量	门店每日到访的客户数	门店到访量=每日到访的客户数
人均首次成单周期	平均每人首次交付日期距首次预约试驾日期天数	人均首次成单周期=(首次预约试驾日期-首次交付日期)/已交付用户人数
日单位生产成本	不同零件，每日的生产成本	日单位生产成本=日生产成本/日生产数量
总用户数	所有用户	总用户数=所有用户的数量
投诉率	投诉次数占总用户人数的比例	投诉率=(投诉次数/总用户人数)*100%
好评率	给出好评的用户占总用户人数的比例	好评率=(好评次数/总用户次数)*100%
事故解决率	发生事故之后事故解决完成率	事故解决率=（已解决事故数量/事故发生量）*100%
平均解决周期	在已解决事故中，平均解决的时间周期	平均解决周期=(事故完成解决日期-事故发生当日)的总和/已解决事故量
贷款人数	在本金融公司贷款用户数	贷款人数=未完成偿还人数+已完成偿还人数
贷款率	贷款人数占已交付用户数的比例	贷款率=(贷款人数/已交付用户数)*100%
人均贷款额	平均每个贷款人的贷款金额	人均贷款额=贷款总金额/贷款人数
投保率	购买本公司车险的人数占已交付用户的数量	投保率=（购买本公司车险人数/已交付用户数）*100%
回购率	第一年购买本公司车险的用户中，第二年	回购率=(第一年和第二年均买了本公司车险的用户数/第一年购买车险用户数)*100%

5.事件设计

5.1 事件梳理



以上所提及到的APP以王朝APP作为参考

1. 安装App
2. 启动App
3. 运营位曝光
4. 点击购车按钮
5. 浏览车型页面(APP端)
6. 网站搜索
7. 先择车型
8. 点击了解车型
9. 点击车型页面

- 10. 点击预约试驾
- 11. 点击立即预约(预约试驾)
- 12. 线下试驾
- 13. 门店咨询
- 14. 填写相关信息(预约试驾)
- 15. 浏览汽车详情页面(Web端)
- 16. 点击立即订购(按钮点击)
- 17. 选择个性化配置
- 18. 预览配置
- 19. 点击立即订购(预览配置页面)
- 20. 填写相关信息(订购)
- 21. 支付订金
- 22. 确认购车信息
- 23. 签署购车合同
- 24. 交付

5.2埋点设计

1.AppInstall(App安装事件)

属性名	属性显示名
DownloadChannel	app下载渠道
appVersion	app版本
app_type	业务线
paltform_type	平台类型

2.AppStart(启动App事件)

属性名	属性显示名
app_type	业务线
paltform_type	平台类型