



■ 惠养车聚焦社区服务 ■



惠养车成立于2013年,是一家专门为住宅社区配套夜间汽车服务的综合汽车服务商。惠养车以“智能互联网+社区配套汽车服务”的模式为社区居民提供汽车的清洁、美容、保养、快修等高频汽保服务,同时也提供对接保险公司、4S店、车管所、银行等营业窗口前置到社区等业务。

惠养车利用智能化终端设备实现社区站点的无人接待和无人交付,并专门在深夜进行配套汽车服务。用户只需在回家途中经过自家楼下的楼道口时,操作智能终端预订服务并存入车钥匙,次日早晨下楼时即可从智能终端取出车钥匙,取到已

经完成各类预订服务的车辆。由于深夜作业时间和用户在家休息时间完全重叠,使得交付时间从传统日间作业的1-2小时等待,缩短到仅需1分钟存取车钥匙即得到作业完成的车辆。

目前惠养车已经配套的住宅地产品牌包括碧桂园、万科、恒大、保利、佳兆业、金地、华侨城、华润、中海、中铁等全国前五十大地产商。不过,作为新型社区汽车服务,夜间汽保站在创立初期面临的最大困难是客户认可度,人们对新型产品总是抱有质疑态度的,产品进入社区也面临很大的挑战。

■ 牛咖斯改善用户体验 ■

牛咖斯成立于2015年1月,总部坐落在北京市朝阳区,主要是围绕奔驰、宝马、奥迪高端汽车品牌为高端车主提供高性价比的机修、钣喷、保险、保养等养车用车服务。

通过与线下4S店合作方式,牛咖斯帮助合作门店实现客户管理、车间管理、绩效管理、售后管理等全部线下业务流程的标准化、规范化。截至2017年底,牛咖斯已经与近600家4S店建立合作,覆盖北京、河北及山东等区域,以及西南西北的部分地区。

与牛咖斯合作的每一家4S店都有平台入驻的维修技术专家,平均工作年限都

在八年以上,拥有丰富的行业经验,可以给车主提供更为准确和专业的服务。同时,牛咖斯线上服务平台集成网站、微信等互联网营销方案,为车主提供订单预约、远程监控、会员管理、售后管理等高效便捷的线上服务,进一步提高平台的服务效率,改善用户体验。

牛咖斯通过线上平台化运营合作,没有了工位、厂房、车间等因素的限制,让价格优势可以充分显示。同时,车主通过线上预约,即可到店即修,也让4S店的产能大大释放出来,增加了平峰期间的订单量,也能让维修价格进一步降低。



■ 乐车邦参与4S店管理 ■



2015年成立的乐车邦用互联网思维迎合用户消费需求升级,帮助4S店挽回流失用户。

去年,乐车邦启动托管业务,并收购了该领域老牌领先企业人和岛,致力于以创新技术赋能4S店发展新零售。所谓的4S店托管,就是经销商将整个4S店的管理权交给乐车邦。乐车邦除了像“希尔顿酒店”一样对托管门店输出团队、流量、资金的等常规性基础支持,还进行了改进,重点推动大数据、云计算、人工智能等最新技术和信息系统在店面管理中的应用,全面升级4S店运营手段,最大化效率运营,同

时也采用VR/AR等技术探索新的零售模式,加强与用户的深度互动体验。

目前,乐车邦4S店托管的汽车4S店达到120家,涵盖11家豪华、109家一线主流合资中端品牌。

乐车邦的规模优势在零部件采购方面具有非常大的议价权利,可以拿到远低于独立市场的价格;而且大部分零部件品牌商此前一直迫于汽车厂家压力攻不进4S店体系,通过乐车邦这一平台,可以进入庞大的4S店体系,零部件品牌商非常乐意,这样4S店在中间环节的零部件成本也有了更好的解决方案。

■ 京东深化无界战略 ■

早在去年末,京东就发布了汽车无界服务战略,在原有B2C业务基础上,上线了汽车后市场B2B业务,着手打造重构货流和信息流的国内首个汽车后市场全产业链一体化平台。

此前,京东与江森自控、博世、索菲玛、曼胡默尔、欧司朗、马勒六大国际知名汽车配件品牌联合启动易损件品类服务。在供应链、技术、金融、物流等多方面进行深入合作。同时,京东与宝马合作,正式上线BMW京东官方旗舰店,为消费者带来BMW原厂附件、生活精品、车辆养护品等

一系列实体产品,以及加装零配件、车辆养护、清洗喷漆等多项维修保养服务。

京东与宝马的联手是基于不同维度的全产业链条的深入探索,构建一种打破目前行业模式的全新运营体系。比如用户通过“BMW京东官方旗舰店”下单相应的产品和服务之后,京东平台的仓配服务、大数据、金融体系等将根据用户订单,为用户提供更加便捷、优质的消费体验。通过京东对消费者消费习惯等进行大数据分析,经销商能够在消费者下单后迅速做出反应,提升了客户服务的效率。

