

荣联科技

RONGLIAN GROUP

荣联科技集团是专业数字化服务提供商，面向行业客户提供企业数字化转型和IT基础设施建设全方位解决方案。20多年来，公司紧跟IT技术发展趋势，建立了覆盖全国的营销和服务网络，服务于数万家行业客户，成为客户数字化建设的优秀合作伙伴。未来，公司将围绕云计算、大数据等新一代信息技术，深入金融、政府公用、运营商、

能源制造和生物医药等优势行业核心应用，为企业数字化转型注入新动能。

案例名称：荣联助力B车企营销数字化建设

提供单位：荣联科技集团股份有限公司

案例介绍：

为了应对车市下滑，激烈的竞争，近几年来，各车企也在纷纷构建自己的“数字化营销竞争力”和进行“以客户为中心”的营销转型，研究探索数字化和智能化的解决方案。数字化转型的程度，正在成为车企保持/增强核心竞争力越来越重要的因素。

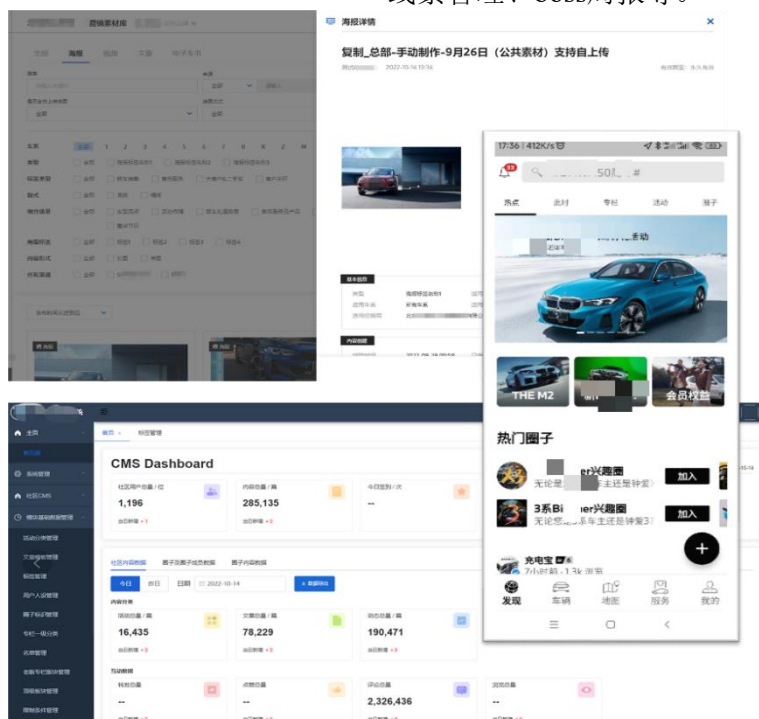
2019年，B车企开始建设数字化解决方案与数据服务，来驱动公司“以客户为中心的”数字化转型，业务范围涵盖全渠道营销数字化解决方案

、大数据分析、客户关系管理、电子商务以及数字营销服务。

荣联作为B车企在数字化转型过程重要的合作伙伴，为其提供了数字化转型全流程服务，搭建cms、线索平台及前端触点等数字化相关业务，驱动车企数字化转型。

一、to B营销内容管理平台CMS系统建设

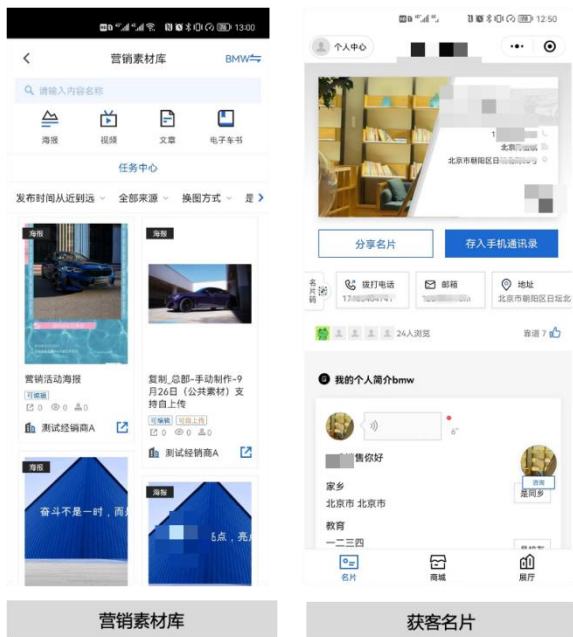
数字营销助理是B车企为经销商营销赋能提供的数字营销产品，作为CMS体系中重要的业务，承担品牌营销内容的传播、活动传播、线索获取及营销效果管理等业务支撑，主要涉及：电子名片、活动表单、营销素材、任务中心、新增线索管理、boss周报等。



1. 电子名片小程序建设

荣联为小程序的建设提供了从需求收集、分析、方案设计、开发、部署、运维及后续迭代等全流程的支持，小程序上线后，销售可以与潜在客户建立联系并收集客户信息，为后续持续培育转化提供支持。

小程序建成后大力支持了B企业销售业务开展，比如客户到店、活动现场、持续跟进、老带新等，同时也为经销商提供了电子名片生成、分享、访客行为跟进等客户服务支持，拉近了客户距离，全面提升了客户服务品质。

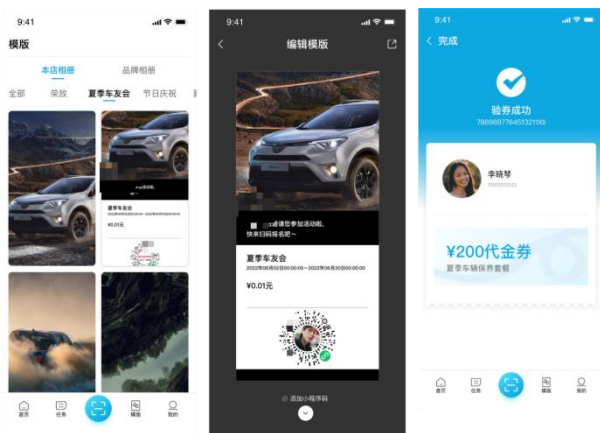


2. 内容营销平台建设

内容营销平台主要目的是支持经销商完成线索跟进、车主服务、潜客培育、活动支持等业务，实现传播获客及培育转化。

通过在线整合、链接各种媒体资源和热点资源，导入车企的各种营销素材，平台提供多样化营销内容素材库，比如文章、图片海报、H5、短视频等，还提供多样的便捷的定制化模版，经销商只需“下载”、“转发”推荐素材就能完成日常内容营销工作，也可以“编辑”和“创作”内容，并可以添加快速生成专属的留资二维码，帮助经销

商完成素材生成、管理、分享、用户获取工作，全面提升内容营销效果。



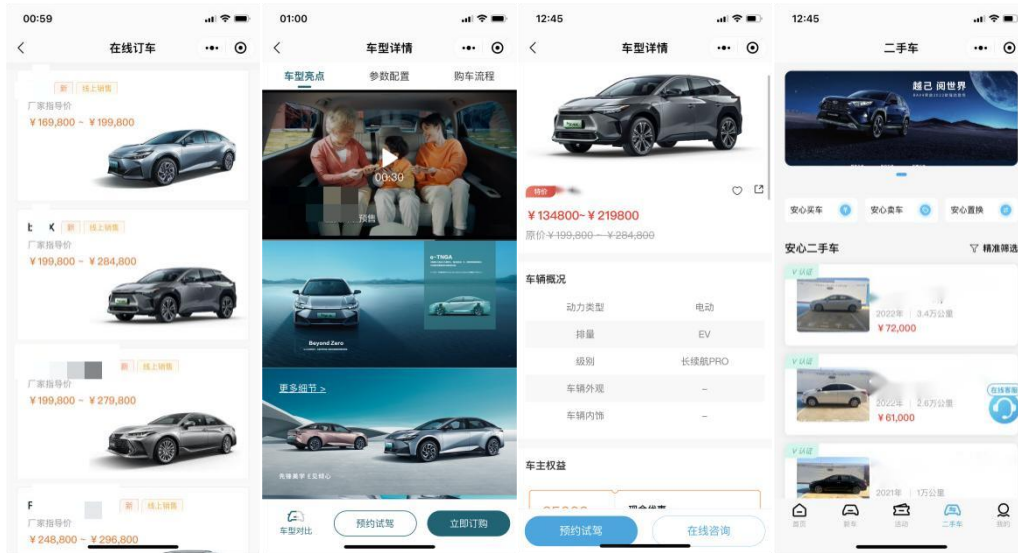
3. 营销任务系统建设

营销任务管理系统对销售人员对活动、素材的分享传播进行监督管理，提供活动生成、营销素材关联、目前设置、效果监控等营销支持，推动经销商营销积极性，提升活动传播效率，并能够及时掌握营销效果和相关数据。



二、前端触点的建设

B车企品牌主要通过官网、小程序、线下店面等触点触达用户群体，通过前端触点建设，提供多元化、精细化等服务，全面提升用户试驾体验、留资体验、提升线索跟进效率、提高用户转化率，通过提升客户服务。



1. 官网/小程序多场景试驾建设及维护

在官网页面设置多场景试驾入口，通过多场景试驾和现有预约试驾服务整合为客户提供更多个性化选择及服务，同时提升经销商多场景试驾获客流量。

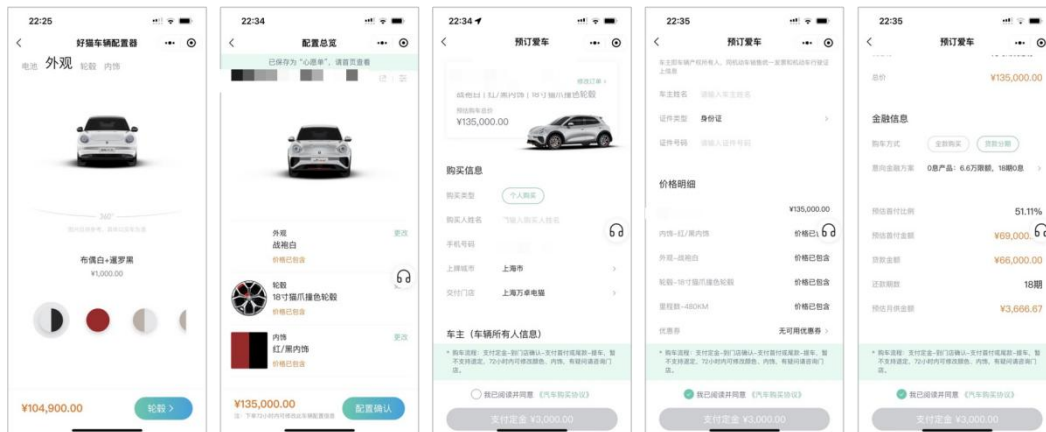
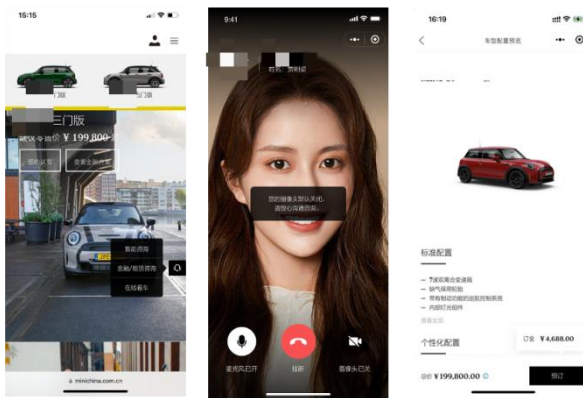
通过模拟页面跳转以及对第三方域名的 cookie 写入，实现无感写入登录，支持客户多站点切换登录状态的保持，解决了客户访问过程中页面频繁跳转的问题，无需重复登录也能获取个性化服务，全面提升了客户体验。

3. 直售业务建设

受到新造车势力直售模式的冲击，车企的销售模式逐步往直售方向探索，考虑到体量问题，B 车企选择优先建设直售业务，支持客户从看车、选配、下订、金融、合同签署、状态等全流程业务。

直售模式建设提升了用户选车配车及车型价格统一的服务，通过简化客户购车流程，帮助客户全线上快速下定购车，也帮助车主和品牌粉丝拥有了一个可以在线选车、在线售后服务以及社交沟通的线上数字平台。

2. 官网无感登录



三、线索平台的改造，提升线索转化

随着内外部触点的增加，销售线索数据量越来越大，原线索平台的多触点对接、线索承接、清洗、分发等能力受到了很大的挑战，荣联在原有线索平台基础上进行升级改造，提升线索管理水平。



1.前端入口标准配置对接改造

通过建立对接标准及规则，以及对接口的标准化改造和身份配置，支持自由平台、门户、垂媒等前端入口快速对接，不同入口流入的线索自带前端入口标签，便于后续对线索的清洗、合并及后续结算。

2.线索清洗/分发机制建设

通过对线索标签的分析、基础数据匹配及外呼清洗，快速判断线索的有效性，并进行优质性分类，不同类型快速进行线索的分发，保证线索在极短的时间内快速的分配并进行跟进转化，避免

了线索流程，提升了线索转化率。荣联以专业数字化服务助力B车企在全渠道营销、零售管理以及客户生命周期管理等领域的数字化建设，为其客户持续增长和价值提升提供有力支撑，赋能车企全面数字化转型。

