

需求带动发展发展着眼于未来

UNIVERSITY AUTOMOBILE LEASE

高校租车

汇报人：丁博远

时间：2020年8



目录 CONTENTS

- 01 特定市场综合介绍
- 02 互联网线上线下发展
- 03 创新市场营销模式
- 04 全新交还车方式



| *PRAT 01*

特定市场综合介绍



特定市场综合介绍

立足高校

国内消费市场普遍转向年轻者，因为年轻者对于消费理解更加明确，二次消费要比中年老年频繁。



服务年轻人

在车辆的使用上，年轻人超越一切社会人士，相对于开放感性的乃年轻人人，对于汽车充满兴趣和好奇。



立足沿海城市

改革开放30年，沿海城市作为第一批富起来的地区，拥有相比内地更加活跃的营商环境。逐步开发沿海城市市场是创业必然。



特定市场综合介绍

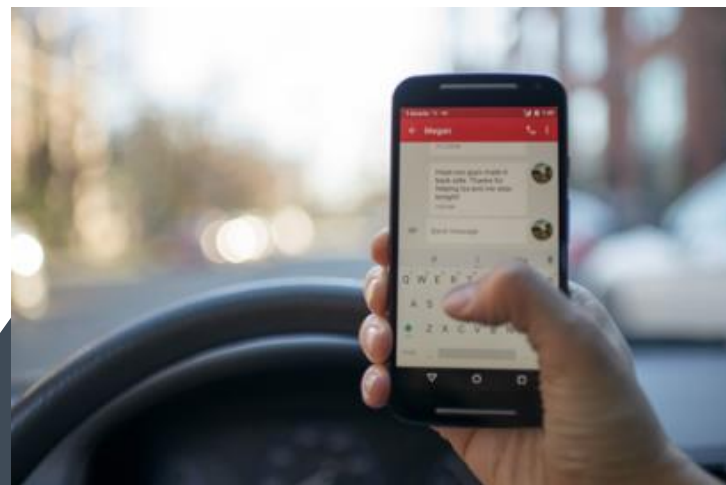
汽车里程计费

以大连举例，在2019年做高校市场的时候，对待客户公司决定超出市区按照公里数另加收费。在室内也明确使用公里上线车辆寿命增加。



燃油服务费

传统汽车租赁同行，在给客户交车时，油箱油量不一导致客户在面时使用油量时，产生捡漏的情况，车辆出车，客户必须加油达到公司下线并支付公司服务费利益价值细分



移动支付避免经济纠纷

互联网时代，使用现金频率减少，传统微信或第三方转账品牌意识有所下降，官方支付通道，可靠明细条理清晰客户会认准品牌提高价值。

公司掌上APP一键浏览

公司拥有专业团队开发APP，相较于传统车行拥有科技发展的愿望和能力，在客户使用和交互上下功夫。



特定市场综合介绍

校园合伙人

公司专门开发高校市场，在这种特殊的市场中，公司领导下市场开发校园合伙人，合伙人普遍以各高校学生会领导干部为主，对公司业务在校进行官方式的宣传。

大学生就业实习

在校园合伙人和公司合作满一年后，公司会和其签署合同，正式将合伙人变为公司正式职员，避免大学生就业困难，并且公司整体年轻化，拼搏斗志更加强烈。



特定市场综合介绍

立足高校但不意味仅仅存在于高校，统筹社会整体青年人综合消费习惯，不断丰富自己车型不断提高自己线上营运实力，稳固搭建线下。

受众人群

大学生

公司白领

军警公职人员

夜店演唱会酒吧

企业商户商务谈判

VS

优势

消费周期短，再消费几率大

推广效果好，消费普遍

信任程度高，回头几率大于白领

消费周期短，单次消费大，传播能力好

对品质要求较高，可提高公司整体品质



| PRAT 02

互联网线上线下发展



互联网线上线下发展



研发相关APP，在各大手机应用商城上架，结合当代短视频，自媒体推荐合作进行定向引流，利用网红效应和同城网络信息曝光进行获客。线上模式已经进入告诉发挥模式，市场上APP达到饱和状态，但是租车APP只是几家独大，而且普遍客户使用价格高昂，对于年轻人市场定位模糊，市场存在空缺位置。



互联网线上线下发展



设置品牌门店

在市场辐射区域设置开办门店，进行车辆收放工作，扎根当地努力进行城市市场开发，结合线上运营根据当地市场变化，调整战略方向，在激烈的市场竞争中前行。

合作汽车生产厂家

品牌逐渐扩大，客户需求增加与车厂合作进行汽车租赁售卖等产业化服务，带动全产业链互通互容，达到利益最大化。



综合网站运营

开办品牌门户网，承接全国各地同行加盟入住，并在APP进行曝光，同行入驻缴纳会员费，实现品牌多元化，辐射覆盖面积增大

利用网络综艺娱乐平台进行品牌推广加深客户心里价值，充分实现多出路，多放合作。共同互利。



| *PRAT 03*

创新市场营销模式



创新营销模式

弥补行业空缺做自我企业特色

传统汽车租赁行业存在弊端，没有自己让人铭记的品牌，车辆全部自我管理，增加成本，并且分散精力，市场范围狭小，车辆更新慢老车车况不好的车仍然在运行，车辆不断贬值利益不好保证。



1

线上线下同步运营

线上运营同步于线下，两者不断进步，如果产生不平衡的情况，更容易对问题产生客观的反映，加快问题解决，在客户心里品牌价值升高。

2

代理合伙人模式

公司每台车代理都是车主，车辆的维护保养需要品牌合伙人打理，奖励与惩罚并存，员工更加贴心负责。

3

车辆加快更新

根据市场调研，加快车辆更替周期，根据车辆不同市场欢迎度增加或者减少部分车型的保有。



创新营销模式

1.线上下单门店取车

利用掌上APP进行选择车型配置，到城市门店试乘试驾，当面进行选择车型使用，专门营业员私人定制。

2.线上下单预约取车

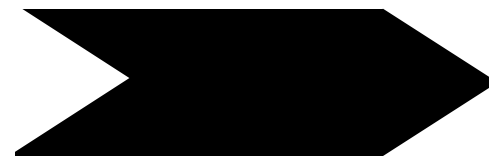
线上选择车型，并且支付车辆到达预约地点进行订单，客户之间可以互相送车赚取平台佣金，达到共赢。

3.线下门店预约随时取车

客户进入门店进行参观，营业员帮助选择车车型，或者去合作同行进行取车，之后报备到线上，进行合同生效工作并达到营收，互通互联。

4.线下门店预约线上选择

线下客户订车，门店负责配送指定地点客户支付服务费，订单完成门店指定地点收车，完成订单交易。



创新营销模式

- 1.每日员工和车辆合伙人到门店进行工作总结，拿出突出问题开会解决。
- 2.多门店联动，最多三日需要像总店汇报工作进行视频会议，每月派代表进行财务运营磋商。
- 3.合作同行伙伴由专门负责人进行长期追踪，共同商讨合作盈利细节



| PRAT 04

全新交还车方式



全新交还车方式

用车即将结束

当客户用车即将结束时，可以选择就地还车，但同时需要支付服务费，方便客户同时，也为公司创新服务方式。



指定地点交车

客户可以选择指定地点取车，支付相关服务费时，由公司统一配发，公司利益分化细化同是也为客户使用带来好感。

安全方案

公司拥有救援车辆

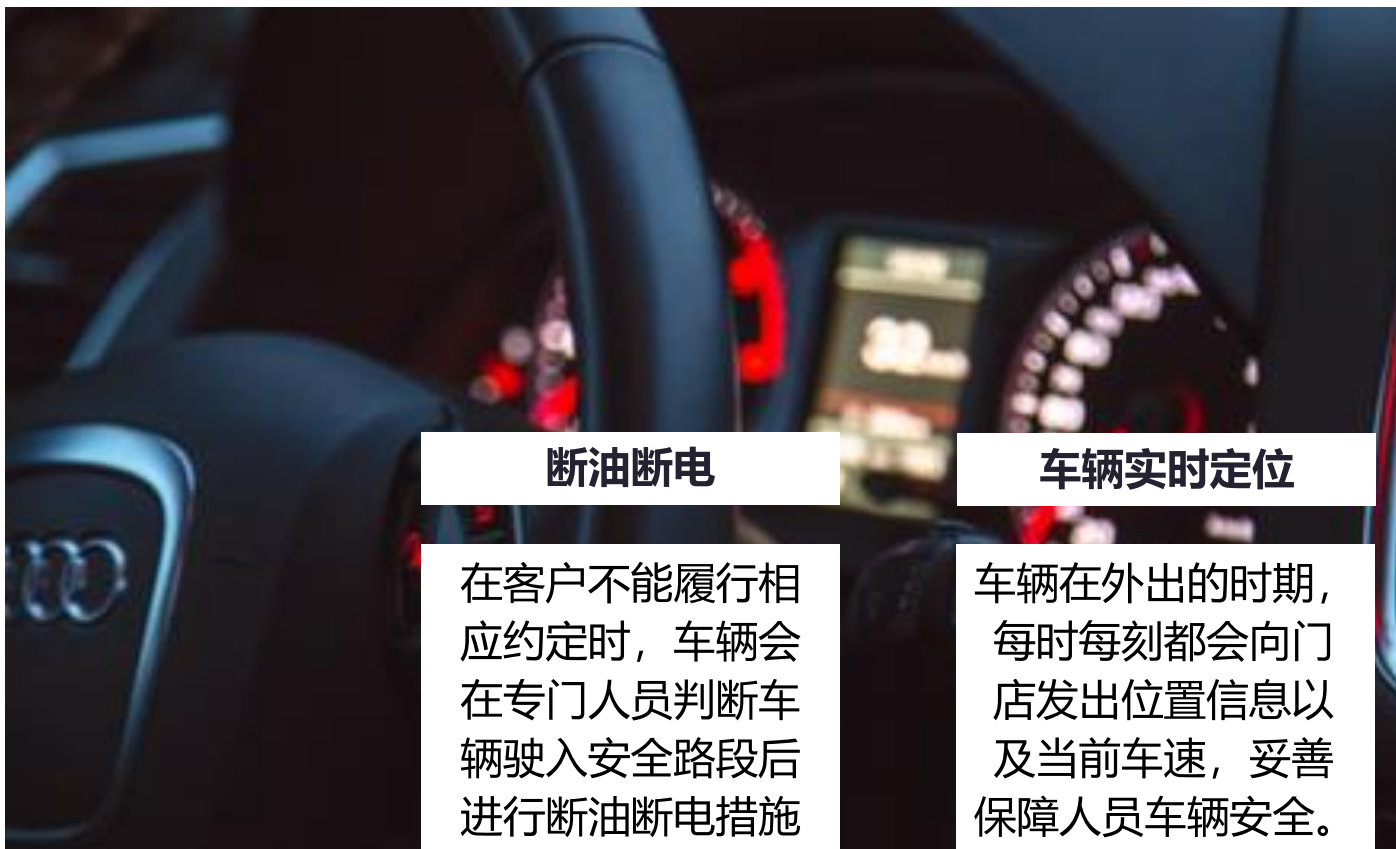
车辆在外需要救援服务，公司派出救援车辆，在对车辆进行营救的同时，不仅产生利益，也可以保证车辆的安全和客户自身的保障。



全新交还车方式

车辆内置行车电脑

在客户用车即将到期时车载电脑会发出警告，提示续费或者提供交车地。



断油断电

在客户不能履行相应约定时，车辆会在专门人员判断车辆驶入安全路段后进行断油断电措施

车辆实时定位

车辆在外出的时期，每时每刻都会向门店发出位置信息以及当前车速，妥善保管人员车辆安全。



全新方式专业服务年轻人

青年租

汇报人：丁博远

时间：2020

