汽车数智化营销

驶向未来

汽车数智化营销模式



DATA / CONTENT / SERVICE

阅读路径

01 赛项与任务

02 诊断或服务流程

03 现场技能

04 团队协作

05 竞赛亮点

驶向未来

汽车数智化营销

作品从汽车营销岗位变化出发，把数据分析、活动策划、新媒体沟通和到店销售组织为一套展示流程。团队围绕客户需求识别、内容制作、线索跟进和销售接待，说明数字工具如何服务具体业务。



赛项介绍

驶向未来

现场问题与作品思路

客户旅程中的断点

汽车营销触点已扩展到线上内容、车机互动和门店接待。不同岗位若只关注自己的环节，客户问题容易在交接中丢失。作品以协同流程为主线，展示从信息判断到服务承接的连续性。

以四岗串联汽车营销流程；将线上触达与线下体验连接；以客户需求和服务记录组织数字工具的使用。

驶向未来

任务链

01

分析车辆与客户数据，形成目标客群判断

02

策划营销内容、预算与活动步骤

03

通过新媒体渠道解释车型并承接咨询

04

销售顾问完成需求沟通、体验与后续跟进

技能展示

驶向未来

关键操作

数智分析岗位练习采集与整理信息，营销策划岗位将目标转成可执行方案，新媒体岗位负责线上沟通，销售顾问承接进一步体验。原稿还提出 AI 客服、数字人主播与车机交互等设想；宣传展示将其作为方案设计内容，不写成已经稳定上线的业务成果。



技能展示

团队与岗位



数智分析、营销策划、新媒体营销、销售顾问四岗

作品为汽车营销专业提供了岗位任务的展示框架。学生需要同时理解数据、内容和客户沟通，比赛展示也因此能从单点技能延伸到完整服务流程。

驶向未来

方法与成果

以四岗串联汽车营销流程；将线上触达与线下体验连接；以客户需求和服务记录组织数字工具的使用。

4岗

岗位模块 / 分析至销售

线上＋线下

服务路径 / 内容与体验衔接

竞赛亮点