

“双擎驱动” 助力 “国民好车” 零售新生态

- **品牌名称：**京东 & 广汽埃安 & 宁德时代
- **所属行业：**汽车行业
- **执行时间：**2025.10.14-2026.01.31
- **参选类别：**电商营销类

一、汽车品牌与电池品牌的跨界强强联合

在白热化的新能源汽车竞争中，换电模式成为破局要点之一，广汽与宁德的战略合作将整车与能源完美的结合，开启了新能源车新的合作通路营销通路

二、突破销售通路壁垒，实现电商平台通路

打破传统销售，建立新的营销阵地，也更好的为换电模式提供复购场景化的服务，京东线上平台成为此次营销的主阵地

三、高性价比“国民好车”的国民化

以京东-广汽-宁德三强联合，共同打造的国民好车作为卖点，并肩同行实现行业的突破。



如何让“国民好车” 品效合一



在国民好车信息大规模曝光的同时，如何获取核心用户，并将其由势能转化为动能

如何优化买车环节



如何将传统复杂的线下买车转化为线上行为，如何解决线上买车复杂流程与售前支持问题

如何将换电用户 转化为用户资产



将用户买车的单次行为转化为长线的复购行为，参与行为实现用户资产的私有化最优化



我司启动 “双擎策略”
保证 “国民好车” 品效合一的落地



SEPT1: 营销导流



电商引擎



企微引擎



销售通路引擎

SEPT2: 售前引导

用户导入电商，通过电商客户或企微引导建立用户信任



SEPT3: 企微陪伴

所有销售意向客户都将导入企微做1V1服务，企微实现全程销售陪伴



SEPT5: 数据资产沉淀

所有用户资产沉淀为客户资产，今后宁德换电复购提供数据资产



数据资产沉淀

SEPT4: 助立销售

通过电商与企微双擎引导最终引导客户线上到店购买

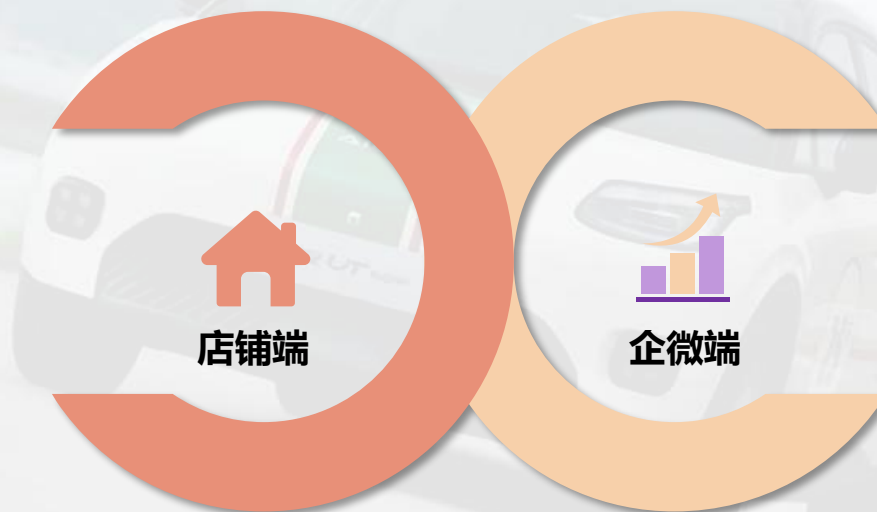
双擎策略全链路客服工作成为营销落地重要运营助手

1. 标准化SOP服务体系 + 本地化响应

- 客服前端由多方统一培训，确保咨询话术、政策解读一致；
- 后端对接京东、主机厂、宁德，实现“线上问、线下办”，解决汽车服务地域性强的问题。

2. 全生命周期服务覆盖

- 从选车、比价、预订、金融方案、交付预约到售后保养、换电支持，客服可提供一站式引导。
- 特别针对“换电99秒”“电池另购”等复杂产品逻辑，提供清晰解释，减少用户误解。



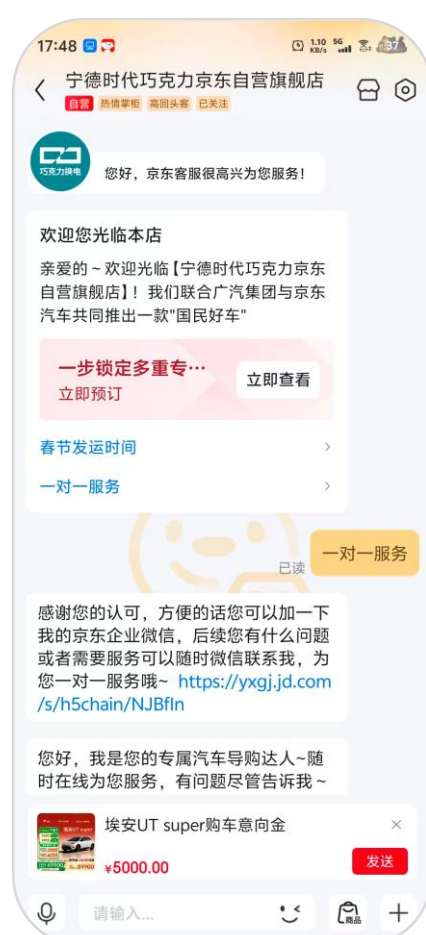
3. 电商级服务体验迁移

- 虽无法做到“7天无理由退车”，但借鉴京东在家电、3C领域的高满意度客服标准（如快速响应、首问负责、问题闭环），提升购车信任感。
- 提供保价咨询、金融分期答疑、权益兑现等增值服务支持。

4. 智能客服+人工协同

- 利用京东言犀AI客服处理高频问题（如价格、配置、交付周期）；
- 复杂场景（如定制化需求、投诉升级）无缝转接专业顾问，提升效率与体验。

以汽车品牌核心价值为锚，借势热点破圈+私域深度运营，联动线上线下场景，依托精准用户画像，实现“曝光-引流-转化-留存”全链路双擎闭环，兼顾品牌调性传递与实效增长。



预热期

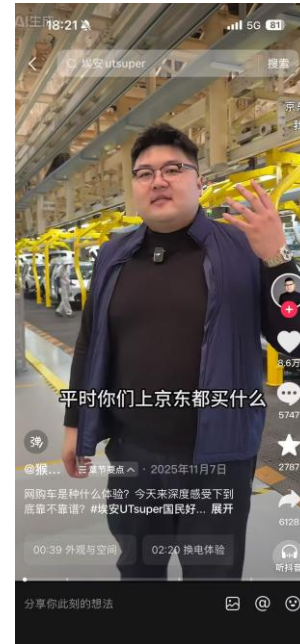
引爆期

长尾期

推广营销助力

京东站内 (店铺首页挂码、商详情页、活动页双向引流店铺 / 企微、咚咚咨询主动引导加微)

+ 社媒 (抖音 / 微博话题页造势、汽车垂类 KOL 预热、协同投放精准触达潜客) + 私域 (AI 外呼、咚咚、短信定向触达, 高效引导企微添加)



优化逻辑: 站内外承接精准流量, 媒介矩阵大声量曝光, 私域沉淀长效资产, 形成 “曝光 - 引流 - 蓄水” 闭环。

预热期

引爆期

长尾期

高效运营服务

引发用户关注，完成私域种子用户积累，为引爆期储备精准流量，同步强化“京东 × 广汽 × 宁德”三方联名心智。

通过共创话题引流 + 精准潜客触达 + 私域种子培育，更好的承接流量，积累用户，为预热期蓄水。

共创话题引流

发起“你心中的国民好车”
京东站内调研，引导企微添加，
沉淀高意向潜客。

私域种子培育

创新联动微电云工具，以分层运营实现精准触达与长效种草，将全域曝光流量沉淀为高意向私域资产，构建“热度 - 转化 - 留存”价值闭环，彰显营销实效与行业标杆性。

精准潜客触达

通过AI外呼触达高潜用户，以加微送京豆 + 试驾权益，通过精准圈选 + 钩子吸引，高效沉淀潜客、转化公域为私域资产。

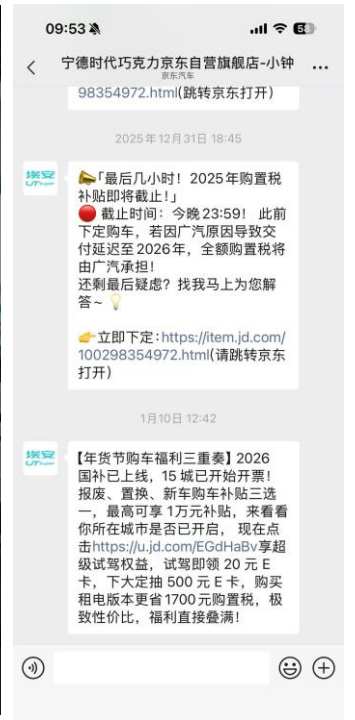
预热期

引爆期

长尾期

推广营销助力

核心媒介：ALL in 协同（京东全域资源 + 新品发布晚会 + 社媒热搜 + 私域 1v1 / 社群 + 汽车垂媒直播）



优化逻辑：全域集中曝光引爆热度，双擎私域承接精准转化，通过“专属权益 + 实时互动”提升下单率。

预热期

引爆期

长尾期

高效运营服务

实现销量集中爆发，**私域精准营销转化**，同步打造新品发布事件热度，巩固“国民好车”性价比心智。

私域专属权益

企微定向推送活动，试驾送3次免费洗车权益，购车赠送京东E卡

紧急补流动作

针对未下单私域用户，触发“最后2小时锁单福利”（加赠京东E卡）

全域联动引爆

双11发布会强曝光后，企微瞬间触发“大定开启通知”，搭配1v1私信跟进（按用户标签推送对应卖点）。

直播闭环转化

京东直播专场设置“私域用户专属200京东E卡”，直播中实时解答用户问题，播报用户下单情况，制造紧迫感。



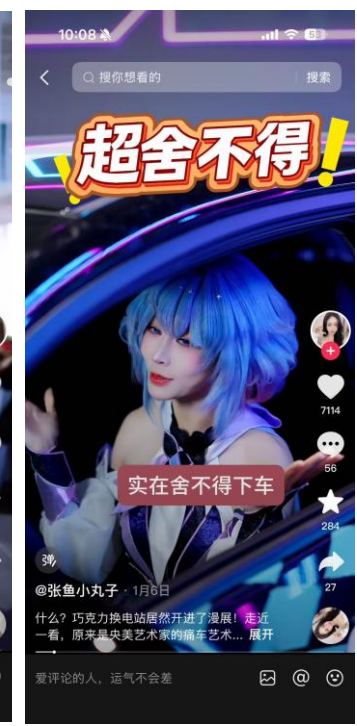
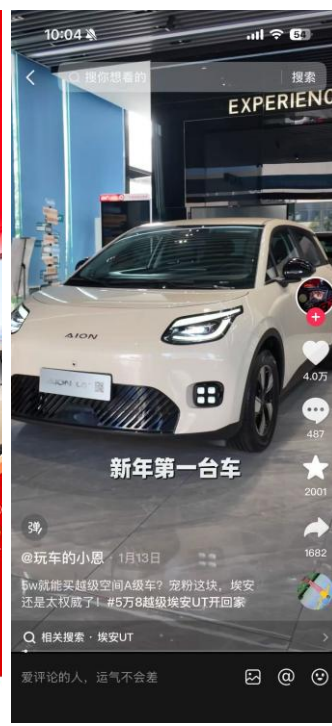
预热期

引爆期

长尾期

推广营销助力

核心媒介：私域（企微 1v1、社群运营、朋友圈内容）+ 口碑渠道协同（车主 UGC、KOL 探店）+ 京站内协同（专属弹窗）



优化逻辑：私域承接长效运营，口碑渠道扩大影响力，精准唤醒沉睡用户，实现“体验 - 口碑 - 裂变 - 换电服务”闭环。

预热期

引爆期

长尾期

高效运营服务

通过全周期私域精细化运营，覆盖**体验培育、沉睡唤醒、口碑裂变**全链路，**高效沉淀高意向用户资产，实现品牌声量与销售转化的双向长效增长。**

体验期运营

已购车用户企微自动打标“车主”，推送“极速换电体验指南”“换电优惠套餐”，同步收集用车反馈，赠送京东汽车保养券。



沉睡用户唤醒

针对沉睡用户定向推送限时试驾福利、购车补贴等权益，结合AI外呼+短信双触达，唤醒潜在需求，推动私域资产二次激活与转化。



口碑裂变

发起“车主实测分享”“推荐购车得京豆”活动，实现老客带新、流量沉淀。

目标留资用户

120%



目标销量

150%



目标小定

130%



目标大定

160%



好服务·案例来讲

行业首销革新 转化突破 4.18%

合作商家：汽车品类商家
服务商：[模糊]

新增用户数 首响min 回复聊天占比

10W+ **6** **98%**

1 商家痛点

- 痛点一** 卖车难：从感兴趣到下单，整车用户决策周期长、交互环节多，如何最大化降低流失的“隐形漏斗”，有效提升转化成交
- 痛点二** 咨询爆棚：营销洪峰远超预期，爆发单小时咨询量过万，如何承接高并发咨询进线、保障用户体验
- 痛点三** 从客服到云导购：客服解答不了“买不买”的犹豫，如何化身“云上销售”主动识别购买信号，将每一次对话变为成交机会

2 运营策略

- 策略一** 多渠道精准引流：联动京东、小红书、抖音等平台，通过专属活码定向获客，自动标记渠道标签，保障私域添加率达标
- 策略二** 分层精细化培育：通过京东科技微电云按意向等级推送定制内容，搭配 1V1 咨询与社群互动，加速用户决策
- 策略三** 闭环转化裂变：以京东专属链接承接成交，叠加私域权益；同步上线老客裂变机制，实现流量复用与业绩增长

以电商平台为起点，依托迪迪 AI 方法论与迪纳云数据平台，精准破解品牌品销合一核心痛点。公司聚焦京东等多平台生态，以精准引流、分层培育、闭环转化的一体化策略搭建高效私域体系

来京麦服务市场 好服务 更省心

*案例来源：[模糊]



扫码关注京麦服务市场
公众号：京麦服务市场





微博：埃安 UT Super 的好评集中在空间、补能、智能、性价比四大核心维度，以家庭用户与通勤用户的真实用车体验为主要发声场景，多伴随具体使用细节与场景化表达



公众号：长文多含“参数 + 实测 + 成本”三维分析，如“车电分离3年总成本对比”“换电 vs 快充时间 / 成本测算”





小红书：沉浸式提车 / 用车体验，购车过程中企微介绍详细，“用户体验感受好，提及有专属顾问跟进，订车、提车、售后都有人对接，很放心”



抖音：埃安 UT Super 在抖音的好评以“99 秒换电真的香，比加油还快，app 下单机械臂自动换，几分钟搞定，完全没续航焦虑”服务好，从线上到线下全程贴心，交付体验佳，从咨询到订车全程线上搞定，流程简单、不折腾”

