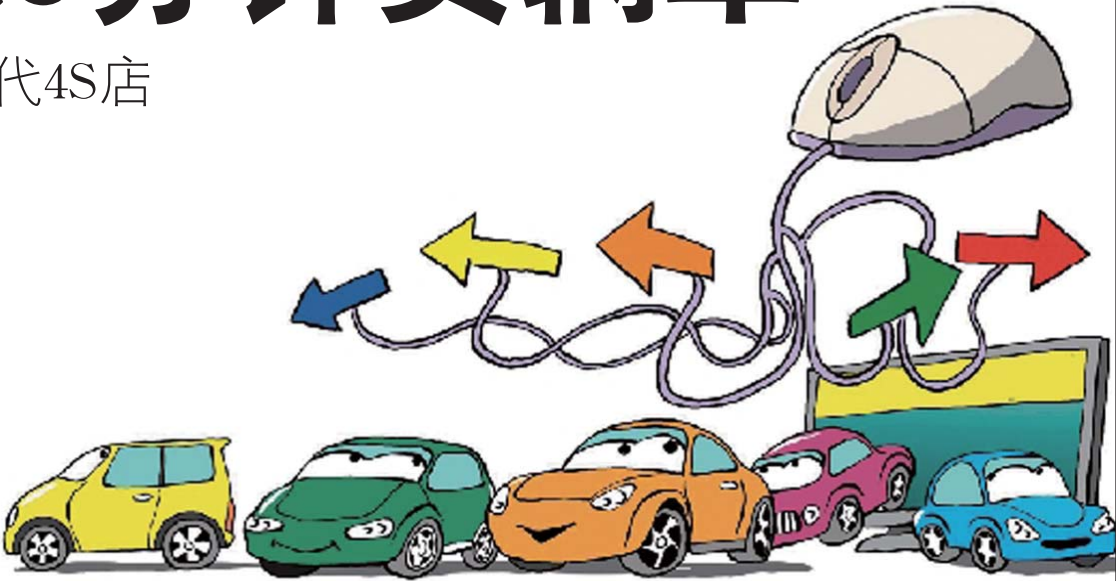


点点鼠标5分钟买辆车

业内称虽便利但不能取代4S店

“

关于汽车的网络销售模式,各方看法不一。但就目前来说,网上卖车只是4S店销售的辅助,暂时无法替代4S店,但在将来,网络售车可能会成为常见模式。



团购流程

STEP 1

淘宝聚划算悦悦团购页面

STEP 2

进入悦悦宝贝页面

STEP 3

选定颜色、经销商

STEP 4

支付500元定金

若反悔

团购结束后可申请定金退还

STEP 5

24小时内在线支付定金并确认收货

STEP 6

收到经销商电话确认订单详情以及预约购车时间

STEP 8

买家确定车辆,在线支付尾款签订购车协议

STEP 7

在付定金三日内凭本人身份证至经销商处办理购车手续

(以江淮悦悦淘宝团购为例)

@微博热议@

@东东要做好青年:谁说网上不能卖车?未来,房子也可以在网上租,网上买。当然,根据这次卖车的案例,可以想见,前提是开发商/物业有着极其良好的口碑,一贯的质量标准,营销措施跟得上。

@翁倩岚:感觉网上卖车还是不太现实,至少缺了体验这一重要环节。

@创意铺子:现在连汽车都能在网上砍价了,还有什么网络做不到的?

@大河车城刘阳河:网购渗透至人们日常生活,就连动辄十几万数十万的汽车也开始将销售的触角伸向电子商务平台。近两年车企联合电商平台售车的消息不断出现,包括奔驰Smart、奥迪、现代、雪佛兰等在内的多个合资品牌都已成功地登录了电商平台,形成了一种网上售车的风潮。

@浙商发布微博:“金华作为首批国家电子商务示范基地,汽车销售行业可以尝试着与电子商务进行有效联动。”在市汽车流通行业协会一次会议上,一位金华市领导这样说。

@iCarZoo-车族网:品牌轿车尝试“网购模式”,5万-10万元车型销量最好。

@小弱智鱼:但其实汽车这种东西网购往往是足够的线下体验后的决策吧……

@电子商务年代:网购汽车渐成时尚,应警惕实惠背后的风险。

@绍兴在线网:宝马可以网购啦!绍兴宝展BMW正式进驻天猫。网络时代大家越来越习惯于网上购物,小到衣服,大到电器。是否想过有一天,4S店的汽车也可以放到网上竞拍,可以直接下单购买呢?

网上团购、电视卖车……新兴销售模式到底是时代发展的大势所趋,还是昙花一现?在一些媒体营销资深人士看来,

此类网络、电视销售渠道“暂时只能是传统4S店非常有效的广告”。

“汽车这种大宗商品不像

在网上买个几千元的笔记本电脑可以快递,提车还是需要从传统4S店提。这样就要给经销商留有利润,中间要有差

价。什么时候突破了‘提车’这个瓶颈,电视卖车和网络卖车才能成为真正的汽车销售渠道。”

超半数受访愿尝试网购

新兴购车方式市场认可度到底如何?据调查结果显示,超过半数人选择了“愿意”尝试非传统4S店购车模式。

数据显示,有两成的人表示在“一定情况下”将考虑网上

购车,仅有少数人在此方面表示谨慎。种种迹象表明,中国25-30岁的80后群体逐渐占据主流购车者位置,潜在的汽车消费者也呈现越来越年轻的趋势。这批随着互联网的迅猛发

展而成长起来的一代人思维活跃,对新生事物接受度高,已经习惯了网购等新兴购物方式带来的方便快捷。

在购车渠道的倾向性方面,六成消费者表示品牌官网

组织的网购信任度最高,也是他们最愿意尝试的网购方式,其次认可电商网购,可见淘宝、京东等知名电商凭借多年来的努力已经积累了相当高的品牌信誉度。

购车者最担心“诚信”和风险

谈及新兴购车方式的优势,超过七成的网友把票投给了“价格便宜,经济实惠”,网购省略了经销商等中间环节,节省了4S店租金、库存、物流、人力等多方面的运营成本,自然而然让消费者对于价格优势有所期待。其他被购车者看重的

原因还包括方便快捷,网络限量版的推出,可以多家比价等等。

不过,引发购车者担忧的原因则五花八门,“诚信”是被提及度最高的关键词,包括售前、售后的产品质量,运输过程中的安全,售后维修保养等多方面

的问题。汽车对于普通家庭来说毕竟属于大件商品,线上订购的不确定性所带来的风险比4S店大了许多。更有激进网友提出“货到付款”的购物方式,不过这一目标的实现,显然不是几年内可以完成的任务。另外,线上购车虽然方便,

但缺少亲身体验和试驾环节,难以满足购车者的需求。如果能把城市展厅和网购的模式结合起来,在市中心的展厅看车,在网上以优惠的价格购买,这样既可以节省构建经销商网络的成本,又可以有体验互动。

汽车火爆网购背后仍有担忧

去年12月,吉利全球鹰熊猫汽车在网络上以拍卖的形式进行销售。由于抢购者众多,300辆汽车上线一分钟便宣告售罄。这让吉利汽车获得了极大的曝光率。

但事实上,这些车并非按

照常规的网购流程卖出的。这是因为,消费者并非在电脑前就能完成全部交易,实现足不出户便可提车。而是最终仍要由实体4S店配合付款、提车。所以严格来说,目前的网上卖车只能算是一种吸引人氣的

网络营销手段。

在现阶段,网购汽车的缺点和优点一样显著,比如消费者无法亲身体验试驾,退换货成本高,库存、物流赶不上订单速度以至提车等待时间太长等等。但如果解决

了这些缺陷,又将面临一个麻烦,就是会激发汽车厂商和4S店经销商间潜在的矛盾。如果消费者只视4S店为体验场所,厂商只视4S店为仓库,将会损伤经销商的利益。

网上卖车 有啥优缺点

优点:覆盖广、易营销、成本低、价格实惠

缺点:需在线下完成试车、提车等环节

一个4S店的建设成本动辄千万元以上,对于想拓展渠道的整车厂商而言,拓展成本高昂,且这些成本最终得由消费者埋单。网上销售渠道,成本低,厂商愿意对新渠道做这样的尝试。一些经销商和品牌商即使初期销售并不好,也愿意通过淘宝商城平台让更多消费者看到,达到推广自己品牌的目的。

传统线下4S店优势是有完整的体验与购买流程,劣势则是距离成本和消费者的比较成本;而网购的优势是便捷性和方便选购,一旦一款车购买者多,也会引发从众消费心理,在现阶段,只要优惠足够有吸引力,通过网络大规模汇集需求,消费者将蜂拥网上下单购买。对于汽车品牌商来说,通过网购平台营销,也能获得更多主力消费人群的品牌认可。