

上汽奥迪首批都市店开业 打造新零售生态触点

本报记者 严瑶

“我们这家店刚开业一周多时间，来看的人还挺多。”今年“十一”黄金周是上汽奥迪都市店首次迎来大客流。此前，9月27日，上汽奥迪在北京、上海、西安、青岛、南京、临沂6座城市举行首批6家奥迪都市店联动开业仪式。

“都市店的开业预示着上汽奥迪线下发展全面提速。”上汽奥迪营销事业总经理贾鸣镝告诉记者，“奥迪都市店是上汽奥迪全力打造的新零售生态中重要的营销触点，也是为奥迪粉丝打造的城市生活方式空间。从业态构思到落地实现，它代表着上汽奥迪的突破创新力与高效执行力。”

奥迪中国总裁安世豪表示：“上汽与奥迪怀抱着相同的初心，即创造引人入胜的客户体验，并针对中国客户需求，提供量身定制的高端产品，同时，打造现代销售体系，并带来如都市店等创新的呈现形式。”

“感觉像走入了奢侈品店”

通透的全景落地玻璃，灰色的墙体，宽敞大气的布局营造出一种高级感。“仿佛是走入了一家奢侈品店，感觉很舒服。”不少消费者对上汽奥迪都市店给出了这样的评价。

上汽奥迪都市店人员告诉记者，数字零售产品配置器是目前店内最炫酷，也是最具科技感的消费者体验。“触摸式配置器联动巨大的高清屏幕，通过3D渲染沉浸式还原奥迪车型细节。消费者还可以将个性化配置同步至上汽奥迪App，直接下单购买。”

与此同时，上汽奥迪还成立了“上奥汇”粉丝俱乐



部。在这里，用户们不仅能够了解品牌、产品和服务，还能分享各自生活中的旅行见闻、休闲娱乐、美食佳肴等话题。上汽奥迪还向消费者提供用户管家全景服务体系，融合了产品咨询、营销互动、试驾预约、交易协助、交易定制、售后预约、救援呼叫、权益兑换、升级方案等。用户可以一键在线联系“奥迪管家”，获取一对一的专属服务。

贾鸣镝透露，截至目前，各个投资方已经向上汽奥迪申请建设都市店超过一百个，经过审核已经批准了70多个。预计10月底全国建成都市店超过20家，到年底达到70余家；未来3年内，上汽奥迪将实现且将保持在80个城市共计200家都市店的总体规模。

用户评价成佣金体系考核标准

目前，上汽奥迪采用代理制，这种直营模式不同于以往的4S店模式，是真正的车企与用户直联。

贾鸣镝看来，与传统经销模式相比，“代理制模式下的市场价格是统一和透明的，客户不需要去考虑该什么时候购买、跟哪家谈价最划算、有没有吃亏。价格体系由主机厂直接做出决策，包括提供什么样的服务包。”

在代理制模式下，代理合作伙伴的利润为他们销售

汽车带来的佣金。上汽奥迪将佣金分成多个环节，比如试乘试驾、交付、后续维护、金融保险等服务，而每一个环节考核标准就是用户评价，按照项目给予佣金激励，形成一套专业化的分工设置的佣金体系。“最好的是全流程都提供佣金，当然

这就要求客户体验也得是最好的。最差的情况是服务完了，客户没留住，换一家去买车了，那么佣金就相应变少。”贾鸣镝说。

从另一方面看，代理制模式的优势在于效率较高，厂商可以更直接地了解到用户的需求，从而基于市场的

需求来设计产品。服务商则是轻量化运作，不用像以往一样承担库存风险。“他们所获得的佣金收入通过客户评价、客户打分来定。服务商最大的改变在于他们现在所有的精力，都在分析客户需求、创造更好的客户体验上。”贾鸣镝说。

