

坚守岗位、两班错峰、“云试验”……

MEB 工厂建设,我们这样保进度

本报记者 邹勇

MEB作为上海市重大建设项目,怎样把受疫情影响的项目进度补回来?来到上汽大众,我们采访到了上汽大众新能源汽车研发部门电池研发经理于旭东,看他们是如何做到的。

研发、防疫两不误

上汽大众新能源汽车研发部门开发的电池包直接用于MEB工厂生产线的装配,电池包性能好不好?质量能不能过关?这些问题都要通过各种试验来验证。

对新能源汽车研发部门电池研发经理于旭东来说,“复工”这两个字只是象征性的。从春节假期至今,他和很多新能源汽车电池研发工程师放弃休息,坚守在岗位上,保证重点项目的顺利推进。“虽然我们有春节假期,但电池研发试验不能停,试验一停,前面的工作就白做了。MEB项目的研发要和德国总部对接,春节期间,外方同事不放假。假期里,我一直在线参加项目研发电话会、电视会。”

年初六,在前一阶段电池试验结束后,研发团队需要对电池进行拆包,进行记录和分析,这项工作需要由3



个人共同完成。研发部门特别挑选了3位没有离开过上海的工程师,在操作过程中严格遵守防疫措施,顺利完成了分析和测试工作。

2月10日,于旭东和同事们正式复工,大部分能够满足防疫要求的研发骨干都回到公司上班,其他从外地回到上海的同事也都开始居家办公。2月24日,于旭东所在的部门员工到岗率已经达到90%以上,员工分成两班,错峰上班。

“云试验”成金点子

以往做试验,研发工程师和技工会全程跟踪试验过程。但在疫情期间,已经不可能像以前那样做试验。

“本来,我们有很多试验要到外地试验场去做,但现在在货能出去,人出不去,开

发进度会受到严重影响。”于旭东说:“传统方法做不了,工程师动足脑筋,用创新的方法来做。比如电池振动试验,原有测试机构的测试设备因疫情影响无法使用,试验工程师就找到新的测试设备,通过扫频分析等方法证实了试验设备的等效性,保证试验按计划进行。”

但是,有一些试验需要通过外地供应商来做,工程师需要到现场做试验记录。由于人员无法去外地,研发工程师们想到了“云试验”的点子,通过微信直播的形式来完成现场记录和监测工作。

于旭东介绍,研发工程师装好的电池包要运到苏州某地做燃烧试验,检验电池包在起火时的状态。电池包运到试验场地后,工程师和前方工作人员通过视频直播

的形式完成了试验。

虽然“云试验”要通过画面来跟进试验,效率比传统试验方式低,但研发工程师通过与前方人员充分沟通和紧密配合,保质、保量地完成了任务。“我们既要做好防疫,也要保住项目进度。”于旭东说。

全力以赴保进度

能保的试验进度都保住了,于旭东又碰到了新的难题。目前,研发部门试制车间的工人还没有全部返岗,部分试验用的样件暂时还无法提供。

可是,MEB平台新车型在今年年底前就要实现SOP(批量生产),这对上汽大众研发团队来说是一个巨大的挑战。MEB产品除了要满足中国的政策、法规要求外,还要具备足够的市场竞争力。

“1996年,我进入上汽大众工作,这么多年从来没遇到难度这么高、时间这么紧张的研发项目。”为此,于旭东特别给部门所有同事写了一封信,鼓励大家在接下来的工作中尽量往前赶进度,尽最大努力保住SOP的时间节点。“虽然碰到了很多意想不到的问题和困难,但我们有信心把被疫情耽误的时间补回来。”于旭东说。

直播卖车,给车企带来了什么?



见习记者 谢婷

“这辆车的转向非常灵敏,只要小幅度转动方向盘,车子就会立刻有反应。”一家4S店内,一位工作人员正通过直播介绍车辆的转向性能。受新冠肺炎疫情的影响,线下4S店客流量遭遇断崖式下跌。为了收获更多订单,车企和经销商们纷纷将目光瞄准天猫、抖音、快手等直播平台,开启线上直播卖车。

网红助阵
直播形式花样多

邀请专业车评人和网红大V带来流量,成为直播必杀技。例如,2月14日,上汽荣威以“特别的爱,给特别的你”为主题,做了情人节专场直播,吸引了近50万人观看。上汽乘用车副总经理俞经民化身“胖头翁”,和拥有100多万微博粉丝的网红“G僧东”配合默契,在直播间秀起了上汽荣威最新搭载的UVC便携灭菌灯、360°熏蒸灭菌服务和上汽汽车新风系统等车内健康防护设备。

继情人节直播之后,上汽荣威又选择了在四年一遇的2月29日开启直播。这次直播不仅有俞经民坐镇,还特别邀请了华域三电空调系统部副经理马文彬、延锋前期产品开发部全球总监李俊岩。三人共同接受了在场媒体和观众关于荣威最新推出的“荣威主动净化舱”的提问。

上汽大众的直播间主打线上售车。2月17日,上汽大众开启了一场途观L专场直播,吸引了近7万人观看。上汽大众邀请了两位专业车评人对途观L的外观、内饰等进行点评,还在直播间现场连线了场外专家和途观L车主。“这车开起来很有操纵感,空间也很大。”

另外,从2月19日开始,雪佛兰也连播了不少场。由熟悉车型的工作人

员与美女主播相互配合,每场直播讲解一款雪佛兰主力车型。记者看到,直播页面的评论多是询问车型的功能介绍和优惠的。主播看到后,会很迅速地进行功能演示,并回复优惠后的价格,讲到激动时,还会给网友们做科普。

直播究竟效果如何?

对于直播卖车这一新途径,各方褒贬不一。有人说,直播间的观众大多数还是媒体记者、厂商自己的员工和来拿奖品的人,对真正的消费者影响还不大。但也有人看到了这一新途径带来的改变。

上汽荣威浙江区域的经销商销售经理舍先生告诉记者,直播比起店内试乘试驾欠缺了真实感和体验感,成交订单有一定难度。因此,除了价格优惠外,他们还会赠送包含汽车消毒服务的关怀礼包来吸引用户购车。“这对于想买车,又不能实际到店的消费者还是有一定作用的。”舍先生还告诉记者,一场直播做完后,会有一些消费者打电话向销售人员咨询自己感兴趣的车型。

雪佛兰一位厂方区域销售经理茹先生告诉记者:“经过这段时间的直播,我们在直播卖车的业务流程、数字化系统和人员培训方面都积累了不少经验。”茹先生还说,原先自己负责的经销商更加注重线下渠道的运营,对于直播、短视频等形式不太熟悉,这次积累了相关经验后,会把直播这种营销形式常态化进行下去。

中国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,车企线上开启直播是一种在困难时期寻找机遇的尝试,但效果如何,还要经受市场的检验。另外,也有不少业内人士认为,虽然将流量转化为订单有一定难度,但直播的方式可以帮助经销商增加和用户的黏合度,方便疫情过去、市场回暖之后的销量冲刺。

只隔离病毒,不隔离优质服务

上汽大众关爱用户从细节做起

本报记者 邹勇

越是困难时期,越要做好品牌服务与客户关怀。面对突如其来的疫情,上汽大众营销团队坚守岗位、快速反应,为用户推出多项贴心服务,全力打好疫情防控阻击战。

足不出户选爱车

进入百联沪东展厅前,记者在停车场和大门先后进行了两次体温测量,另外还在线填写了个人信息。为了确保安全,百联沪东制订了详细的防控措施和服务保障。

在特殊时期,为了最大程度地减少用户出行,百联沪东推出了在线购车

服务,通过线上一对一咨询,在线解决从选车、看车、试车到订车的全套服务流程,最大化缩短线下聚集时间。同时,店方还开通了在线办理车贷和车险的通道,让用户足不出户就能选购爱车。

为了让用户得到更多的实惠,百联沪东特别为顾客提供多重购车优惠。据了解,虽然近期到店看车的客户并不多,但通过在线购车服务,很多意向购车已经转化成了订单。

让用户出行更安心

李先生刚复工不久,他的那辆凌渡已经超过了保养周期,上汽大众百联沪东店的售后服务专员主

动联系他到店保养车辆。在店内见到李先生时,他告诉记者,车辆已经完成了保养,师傅还要对车辆进行一次消毒。

据百联沪东售后服务总监闵先生介绍,公司从2月初开始为用户提供车辆免费消毒服务,由主机厂免费提供原厂消毒液,店方免费提供工时。这项服务推出后就受到了用户的欢迎,来店保养的用户基本上都会选择这项服务。

2月22日,朱先生的车辆出现故障,他把车送到百联沪东店修理,由于车辆配件物流受疫情影响,需要等待的时间比较长。店方了解到朱先生是一名医生,奋战在抗疫一线,没有代步车上下班非

常不方便。在这种情况下,售后服务专员主动联系朱先生,为其提供一辆途观L作为代步车。在为车辆做好全面消毒后,售后服务专员把车辆送上门。6天后,车辆配件到货,车辆修好后,售后服务专员再次送车上门,解除了朱先生的后顾之忧。

据了解,为解决客户“上门难”的问题,上汽大众经销商还推出了上门试驾、上门签约、上门交车等“上门”服务。非常时期,上汽大众经销商的救援人员也随时待命,及时响应用户的救援需求。百联沪东通过店微、短信等方式,告知用户在线救援电话和服务保障等内容,让用户在复工出行路上安心无忧。