



新能源汽车CRM 客户管理解决方案





目录

CONTENTS

1. 行业概况与出海趋势
2. Zoho CRM客户管理解决方案
3. 实施与保障

01

行业概况与出海趋势



中国新能源汽车行业近年来发展迅猛，取得了显著成就。2024年，中国新能源汽车年产量首次突破1000万辆，标志着新能源汽车产业规模再上新台阶。

截至2024年10月，中国新能源汽车产销分别达到977.9万辆和975万辆，同比增长33%和33.9%，销量占汽车总销量的39.6%。





起步萌芽期

在环保意识觉醒与国家计划推动下，中国新能源汽车行业开始了以技术研发和试点应用为主的初步探索。

1992 - 2008



初步发展期

得益于“十城千辆”计划等政策扶持，新能源汽车产业在示范推广中开启了基地建设与企业积极参与的初步发展阶段。

2009 - 2012



快速增长期

政策持续助力、新势力崛起及技术突破与基础设施建设加速，共同推动新能源汽车市场进入快速增长的繁荣时期。

2013 - 2017



调整优化期

随着补贴退坡，行业经历市场洗牌，在政策引导下向高质量发展转型，技术升级与产业协同成为发展关键。

2018 - 2020



全面发展期

“双碳”目标引领下，政策支持持续发力，新能源汽车市场爆发式增长并拓展海外，技术创新与产业融合加速迈向新阶段。

2021 - 至今

技术

政策

市场

性价比

出口增长规模迅猛

2023 年，中国汽车出口 491 万辆，超过日本同期 442.3 万辆的出口数据，正式成为全球最大的汽车出口国，其中新能源汽车产品表现突出。2024 年 1 月至 9 月，中国新能源汽车出口 82.5 万辆，同比增长 1.1 倍。

出口市场多元化

从出口目的国来看，2024 年上半年俄罗斯市场对中国新能源汽车需求最大，墨西哥和巴西紧随其后；从区域来看，欧盟和东盟地区均是我国新能源汽车重要的出口目的地，尤其是纯电动乘用车的重要市场。

产业链协同出海

不仅整车企业积极拓展海外市场，零部件企业也纷纷跟随，如电池、充电桩、智能驾驶解决方案等相关产业，在海外市场的份额逐渐增加，形成了全产业链出海的态势。



获客渠道分散

汽车企业通常从多个渠道推广获客，如线下展会、社交媒体、官网等，线索汇集难，线索质量难评估。

协同效率低

团队分散在不同的国家和地区，协同效率低，信息分享时效性差，透明度低，影响客户跟进。



售后服务质量难保证

建立完善的海外售后服务网络需要大量资金和人力，包括售后维修、零部件供应、技术支持等，对于企业的海外服务运营能力提出了较高要求。

数据综合分析难

汽车行业要从不同维度对客户开展分析，首先需要解决各类客户数据汇总的问题，其次是通过数据分析得出对业务和客户的洞察。

02

Zoho CRM新能源汽车 客户管理解决方案







01 营销获客

车展获客
社媒获客
官网获客

03 预约试驾

试乘试驾
跟进管理
任务管理

05 维保

维修维护
保养提醒
促销活动
老客户激活



营销获客

线索转化

预约试驾

报价合同

维保

数据分析

02 线索转化

邮件培育
活动转化
营销自动化
客户细分
线索分配
线索转商机

04 报价合同

客户报价
商机转订单
合同管理

06 数据分析

销售过程分析
销售漏斗
业绩分析
客户分析
服务分析



Zoho
CRM

营销获客：自助建站建立海外业务门户，提升获客效率



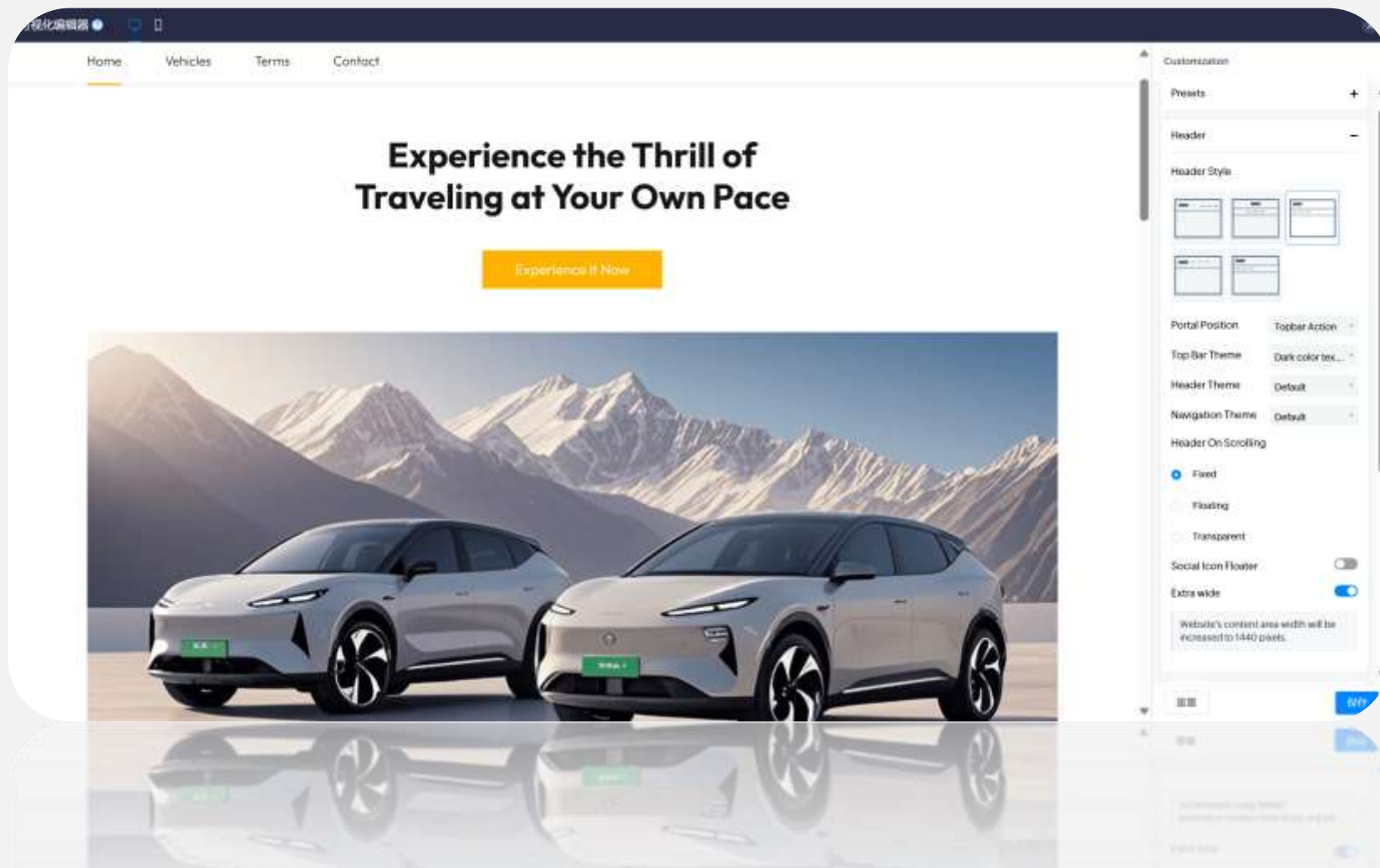
建站是海外品牌形象塑造第一步。通过Zoho Sites建立可信赖的海外品牌官网，树立品牌权威性，增强海外市场客户信任，提供多语言、多文化适配的用户体验，支持客户自主获取产品信息与服务资源。

Zoho Sites:

- 模块化设计，拖放式编辑器，快速搭建高品质网站
- 多语言支持，针对目标市场语言优化，提升访问体验
- SEO优化，内置SEO工具，帮助提高搜索引擎排名

无缝体验:

- 与Zoho CRM无缝衔接，自动收集客户线索
- 嵌入在线表单（Zoho Forms）和即时聊天工具（Zoho SalesIQ），提高交互效率
- 支持电商功能，如产品展示、预约服务





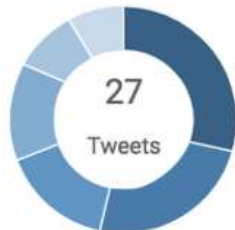
社交媒体是出海营销和品牌推广重要阵地。车企需在多个平台管理社交媒体账号矩阵，与关注者互动并吸引粉丝赢得品牌认同和产品宣传。使用Zoho社交媒体营销工具，可让营销人员工作更轻松、更有条理。利用社交媒体实现客户全方位触达和全流程支持，提升品牌曝光，吸引更多目标客户。



Zoho Social

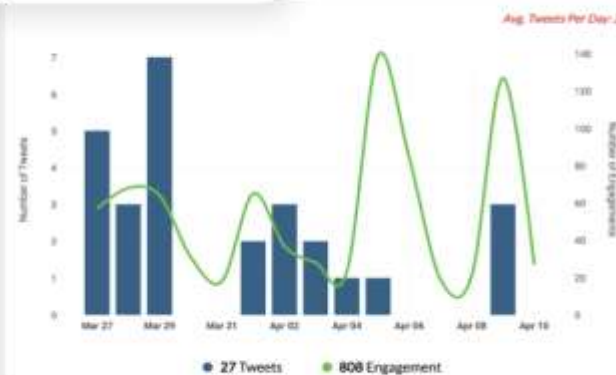
- 统一管理社交媒体，一键发布或定时发布，减少营销人员重复工作；
- 支持Google Ads、Facebook Ads等平台投放，实时监控社交媒体广告投放效果；
- 分析渠道受众，分析品牌表现，识别所触达的客户；
- 与Zoho CRM无缝集成，一键添加为CRM联系人。

Tweets by Type

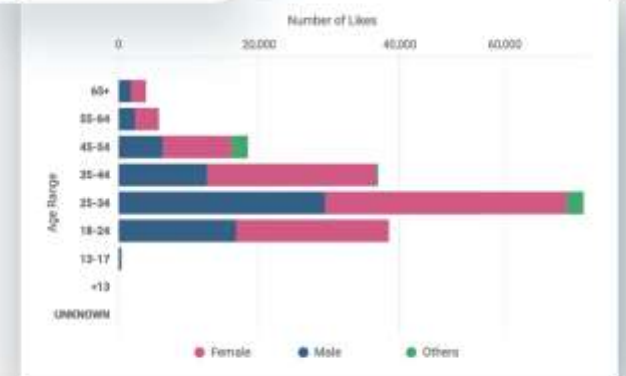


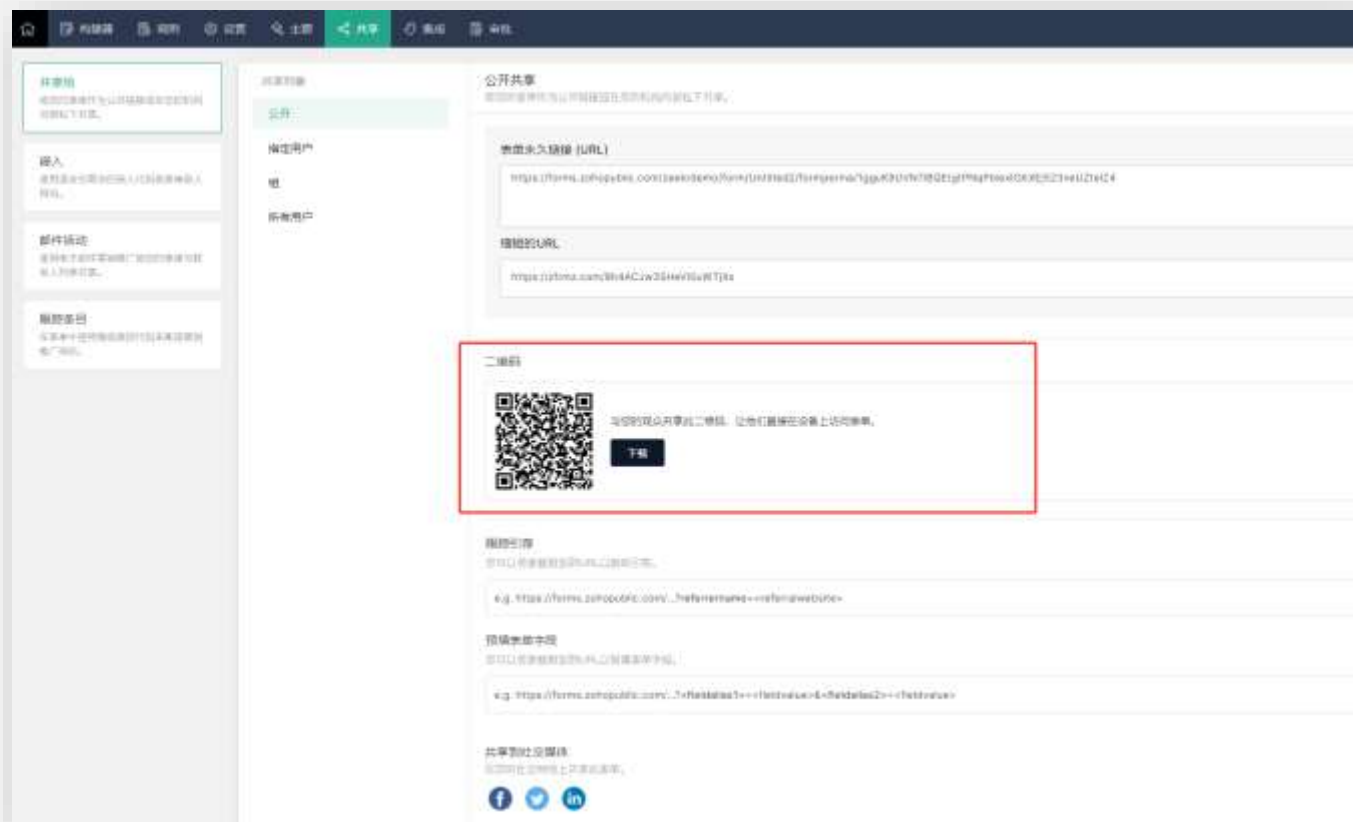
TYPE	TWEETS	%
Image	10	35.71%
Link	6	21.42%
Text	4	17.85%
Video	4	14.28%
Gif	2	7.14%
Poll	1	3.57%

Number of Tweets vs Engagement



Page Likes by Age-Group





- 1、为计划参加的展会创建一个市场活动；
- 2、将展会计划提交审批；
- 3、审批通过后进入活动执行阶段，可记录活动成本和预期目标；
- 4、为本次活动生成一个专属二维码，便于后期评估活动效果；
- 5、在展会现场让感兴趣的目标客户扫描二维码留资；
- 6、客户自资直接进入CRM，以线索的形式存在，并关联到本次展会。



Zoho
CRM

线索转化：组合工具包提高线索从收集到转化的效率



Car Owner Feedback Survey

Which company name do you use?

☐ Name A
☐ Name B
☐ Name C
☐ Name D

Please enter your registration number

Which year did you buy a car from (Company/Owner name)?

Are you still driving this car?

☐ Yes
☐ No

Rate your car on the following

	Exterior	Interior	Engine	Price	Service
Overall	☐	☐	☐	☐	☐
Design	☐	☐	☐	☐	☐
Performance	☐	☐	☐	☐	☐
Price	☐	☐	☐	☐	☐
Value	☐	☐	☐	☐	☐
Other	☐	☐	☐	☐	☐

Form Customization

Form | Subform | Page

Background

Background Type

Pattern | Image

Upload

or

Search from Unsplash

Opacity

100%

Registration Fee

PayPal | Bank Deposit

100.00 \$

Subscribe to a plan

Name

First Last

Enter your email address

Choose your type of plan

☒ Economic Plan
☐ Premium Plan

Aa

表单

- 嵌入式表单，支持从网站、社交媒体采集客户数据
- 自定义字段，自动化数据同步至CRM

在线聊天

- 实时聊天工具，快速捕捉访客需求
- 用户行为追踪，精准获取兴趣点

EDM与短信营销

- 设计个性化营销活动，提升线索转化率
- 自动化跟进提醒与定制化消息推送

销售自动化

- 线索评分：依据互动行为和数据分析，跟进优先级排序
- 线索转商机自动化：减少手动操作，提升效率

数据分析

- 转化率报表：帮助团队评估获客与转化效率
- 销售漏斗分析：识别问题环节，优化流程



线索分配：自动分配/手动分配/主动领取

当新建一条线索后，可根据分配规则自动分配给合适的经销商，再由经销商的销售经理分配到销售顾问。
(也支持手动分配)



三种方式分配客户资源

➤ 系统自动分配，灵活配置分配规则

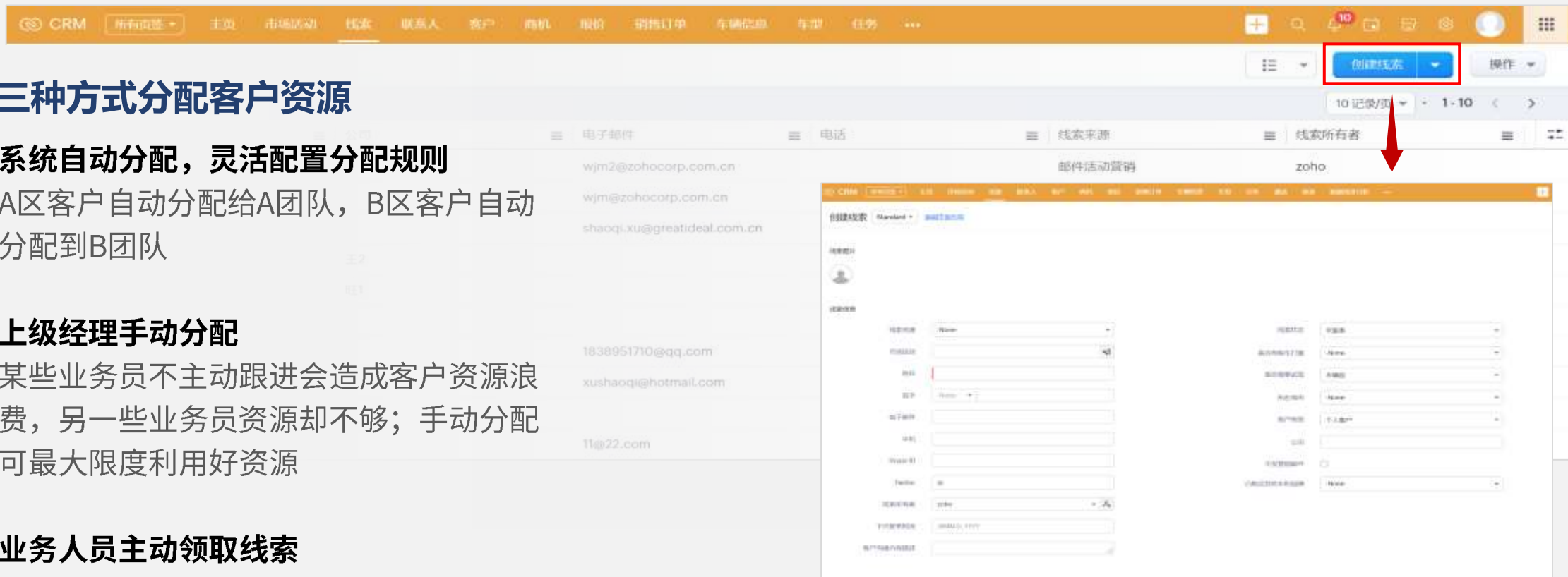
A区客户自动分配给A团队，B区客户自动分配到B团队

➤ 上级经理手动分配

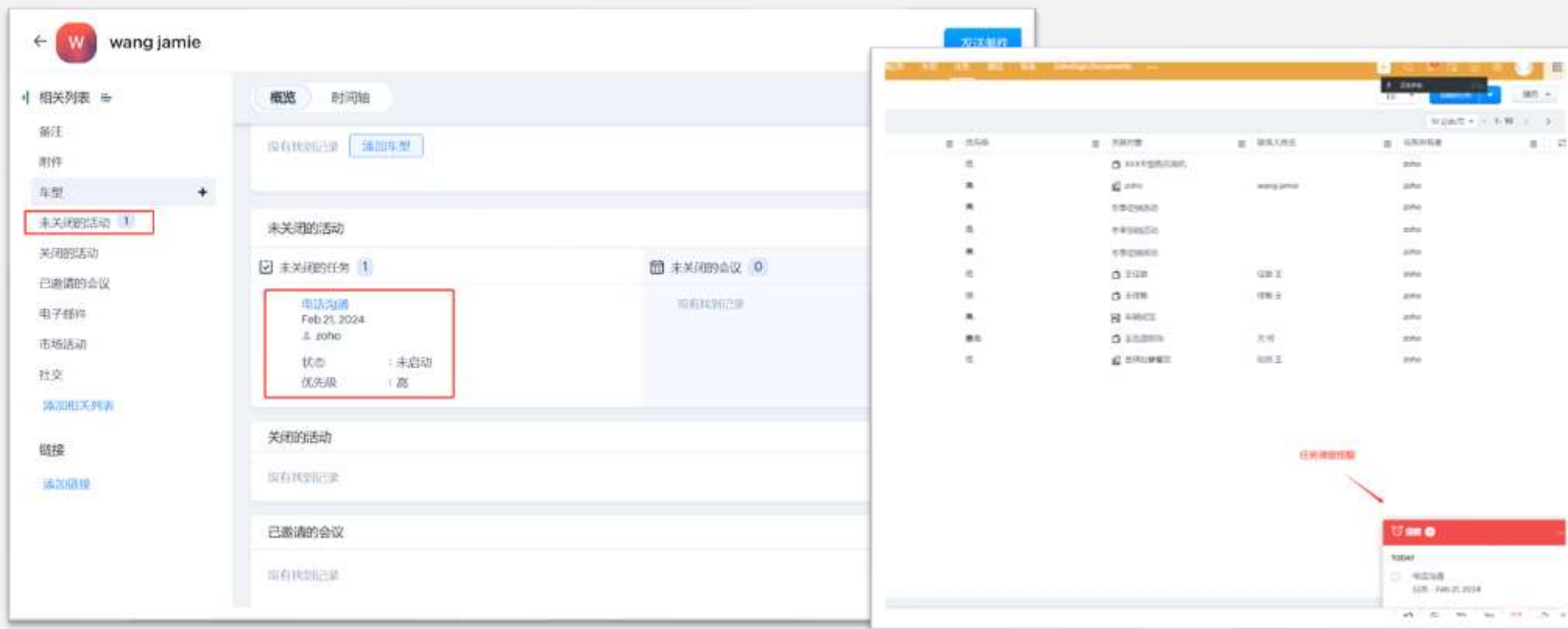
某些业务员不主动跟进会造成客户资源浪费，另一些业务员资源却不够；手动分配可最大限度利用好资源

➤ 业务人员主动领取线索

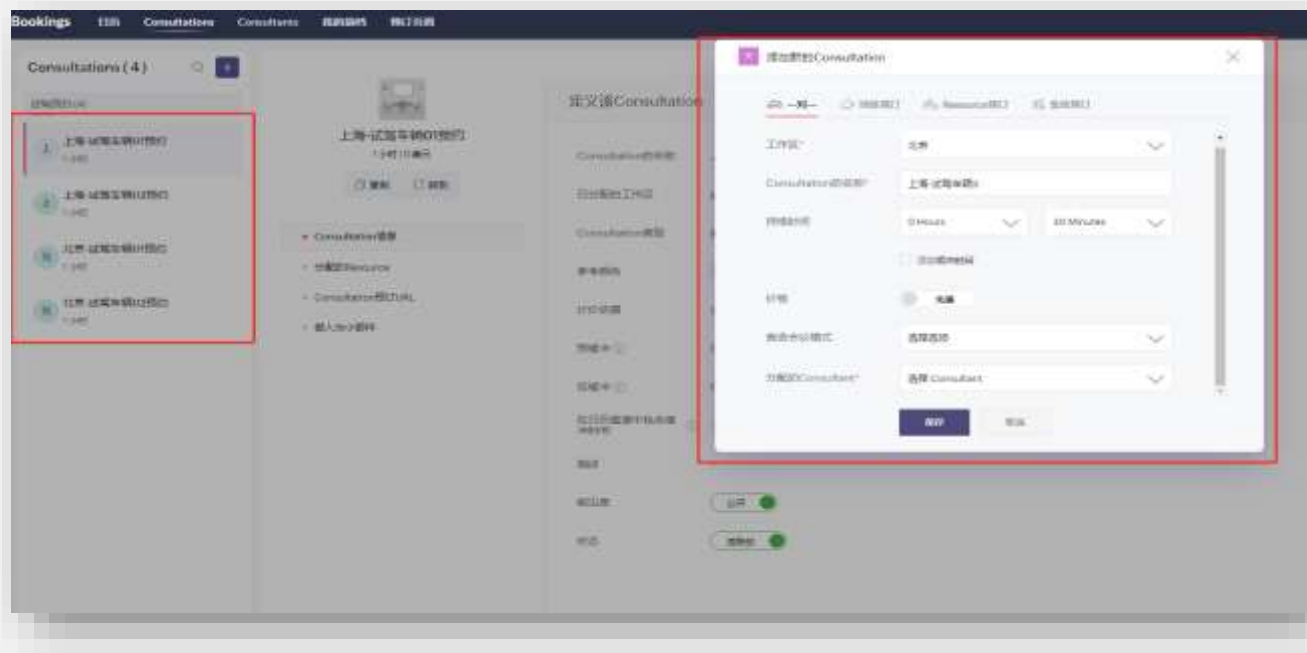
支持业务人员主动从公海池领取客户资源



销售顾问收到一条新线索，首先发邮件给客户进行初步联系，之后设定一个1天后电话联系客户的任务，并设置任务提醒；打完电话后任务结束，销售顾问更新跟进结果，决定是否转化成商机。

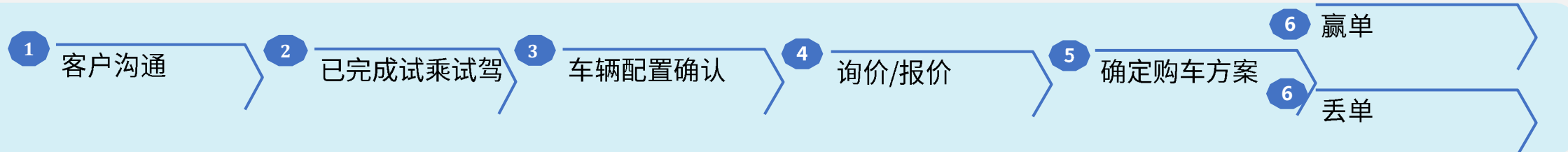


试驾是购车前的重要阶段，试驾可以让潜在客户亲身体验车辆性能，增强购买信心。安排好试驾流程，给客户提供优秀的试驾体验，是销售人员推动车辆成交的关键动作。



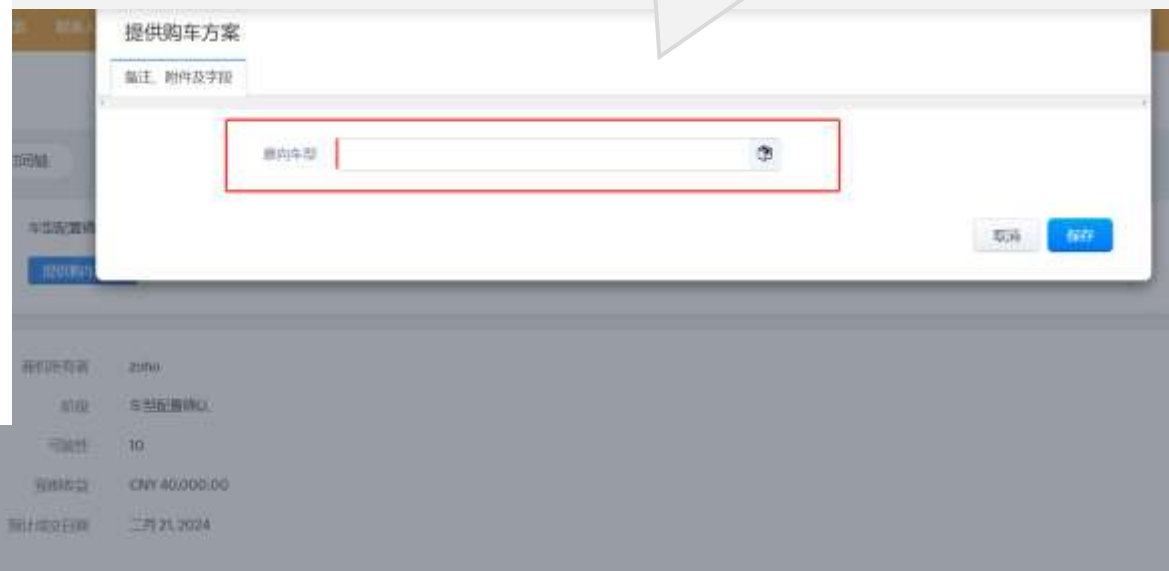
- 在CRM中预先对试驾车信息做好配置；
- 销售顾问根据客户指定的时间段和车型，为客户预约试驾；
- 设置试驾提醒模板；
- 系统自动提醒客户预约试驾时间，提高客户到场率，保证试驾车辆资源合理运用；
- 销售顾问从日程表查看自己的客户试驾安排；
- 试驾结束后系统释放车辆资源，安排后续的试驾计划。

商机阶段将随跟进过程不断发生变化，每次阶段的变化，都需要有相关的信息补充或者既定的动作/任务要完成。



阶段可以根据业务实际灵活设置

每个阶段推进时可以设置信息收集反馈的必填信息，以及邮件通知、自动生成任务等自动化操作



通过提醒功能对日常任务进行提醒，并在工作处理完成后记录执行过程。确保销售顾问能够对每一个意向客户保持及时互动，提高工作效率和客户满意度。

CRM

所有页面

主页

市场活动

线索

联系人

客户

商机

报价

销售订单

车辆信息

车型

任务

通话

报表

数据深度分析

...

zoho

编辑

Send with Zoho Sign

...

<

>

相关列表

备注

附件

商机 1

联系人 1

未关闭的活动 2

电子邮件

关闭的活动 1

车型 1

报价 2

销售订单 1

车辆信息 1

保险服务 1

金融服务信息 1

跟进记录 1

ZohoSign Docume...

添加相关列表

链接

添加链接

概览

时间轴

上次更新时间：11:21 上午

车型

添加车型

车型名称

制造商

ES07豪华型

报价

关联已有

新建

编辑

...

主题

报价阶段

有效期至

运输

王先生购车报价清单

第二次报价

Feb 21, 2024

平邮

王先生购车报价清单

第一次报价

平邮

销售订单

主题

状态

王先生购车报价清单

创建

车辆信息

车辆信息名称

客户名称

车主姓名

ES07豪华型

zoho

佳敏王

Jan 21, 2024

JK20342331

Jan 31, 2024

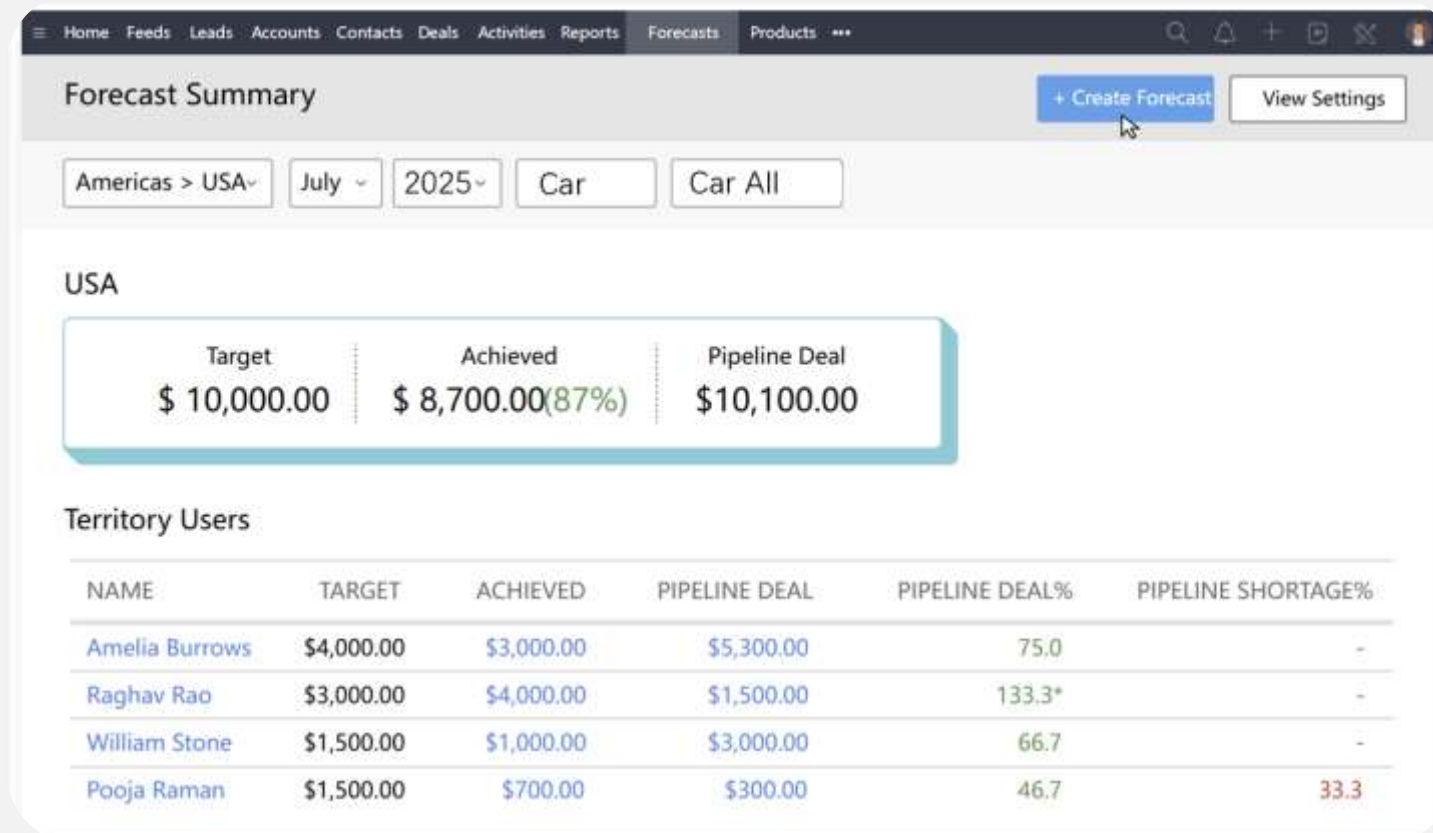
SH3454563

提醒

王先生今天下午3点到店

21

对经销商销售团队进行管理时，经常需要进行目标分配和收入预测。利用关键信息（例如销售管道中的商机、上一财年已完成的配额、有望完成目标的销售团队或个人等）为团队预测收入、分配目标。



按照不同维度细分预测，更深入地了解销售预测。分析已完成的销售、当前目标、即将达成的交易和销售管道中的不足之处来做出更好的预测。

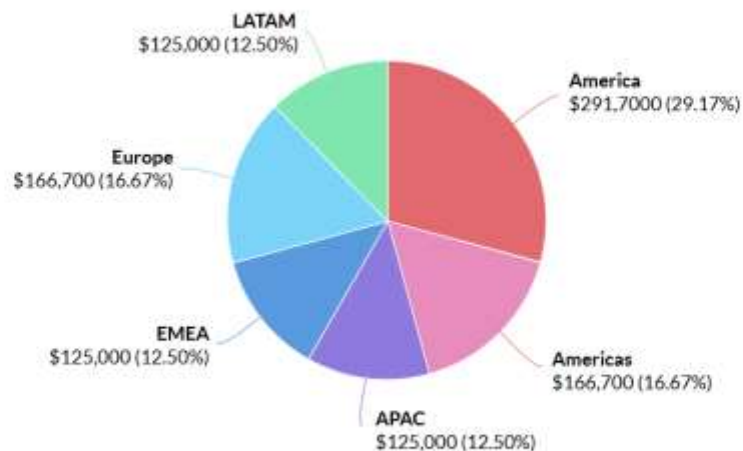




跨区域轻松共享客户、识别盈利区域、分配资源、赶超销售预测，提供卓越的客户服务。引入游戏化竞争模式，减少对销售行为的生硬干预，抛开刻板的销售管理方式，引入游戏化竞争激励销售顾问创造更多业绩。

- 查看根据地区、产品和其他相关条件划分的团队收入
- 使用直观的交互式报表和图表分析各区域销售活动
- 设置规则将客户分配给合适的销售人员

Performance of Sales People by Territory



Games | **Achievements** | **My Badges**

Create a Game

Choose Game Type

☒ Individual ☐ Group

Players **+Add**

Start: Now **▼** Finish: 04/07/2019 02:15 PM **🕒**

☒ Repeat this game every **Week** **▼** for the next **4** week(s)

Top Lead Scorer

Start Game **Cancel** **View challenges**

ORGANISER



Zoho
CRM



订单合同：CPQ让销售报价更快更准确

不同客户对车辆的需求差异性大。使用CPQ进行报价，销售顾问可快速准确地定制汽车配置（如颜色、内饰、附加功能等），为客户提供超出预期的报价方案。

配置

Configure

价格

Price

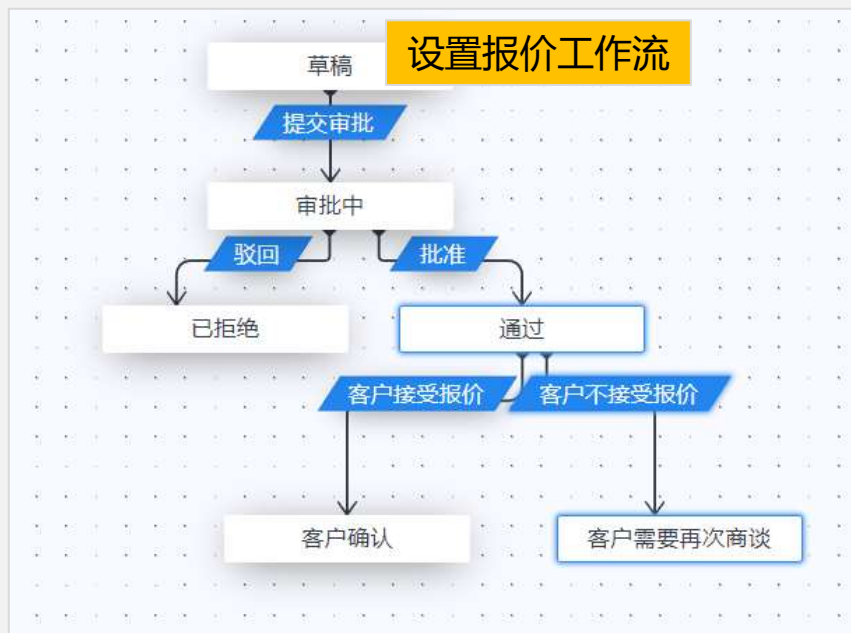
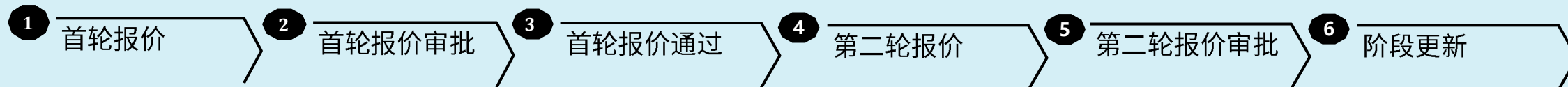
报价

Quote

- **提高报价效率：**自动化CPQ流程可显著减少手动输入和报价生成时间，快速响应客户需求。
- **报价策略灵活：**CPQ允许企业根据不同客户、产品组合或市场条件灵活设置定价策略。
- **提高报价准确性：**通过自动化配置和定价规则，减少人为错误，确保报价准确性。
- **优化客户体验：**快速准确的报价可让客户满意度飙升，缩短销售周期。
- **推动营收增长：**提高潜在客户成交率，极速推动企业营收增长。

The screenshot displays the Zoho CRM CPQ interface for configuring a quote. The main navigation bar includes '主页' (Home), '报价' (Quote), and a menu icon. The left sidebar shows '相关列表' (Related Lists) with options like '备注' (Notes), '销售订单' (Sales Order), '附件' (Attachments), '未关闭的活动' (Open Activities), '关闭的活动' (Closed Activities), and '链接' (Links). The main content area is titled '年末促销包' (Year-end Promotion Package) and features a '报价的货品' (Quote Items) section. This section includes a table with columns '序号' (Serial Number) and '产品名称' (Product Name), listing items like '男款中裤' (Men's Mid-length Trousers), '黑色外套' (Black Jacket), and '男款运动鞋' (Men's Sports Shoes). A '产品配置' (Product Configuration) pop-up window is visible, showing a list of products and their configurations. The bottom right corner displays a '报价概览' (Quote Overview) section with a '停滞' (Stalled) status, a '26 报价' (Quote) value, and a '143 报价' (Quote) value. A '定义操作' (Define Action) button is also present.

报价过程中，销售顾问需要根据实际情况给客户id提供多轮报价，每轮报价根据折扣情况，由不同层级审批。自动化工作流可让审批工作高效完成。



报价审批 设置报价审批流

1. 规则条件

1. 报价单状态 是 审批中

2. 谁来进行审批

1 用户 zoho

2 无

设置信息

任何人 用户 职位 经理 已受所有者

3. 批准后的操作

4. 拒绝后的操作

完成 取消

根据业务实际情况，灵活设置每轮报价的折扣规则和审批流。

当客户接受报价决定购买，根据试驾信息和报价信息直接生成销售订单，再将订单发送到DMS系统进行后续处理。

The screenshot displays the Zoho CRM interface. The main record is a 'Quote' (报价) for '王先生' (Mr. Wang) with a value of CNY 400,000.00. The 'Quote' is in the 'Draft' (草稿) stage. A red box highlights the 'Convert Quote to Sales Order' (将报价转为销售订单) button. A red arrow points from this button to a modal dialog box titled 'Convert Quote to Sales Order' (将报价转为销售订单).

The modal dialog box shows the following information:

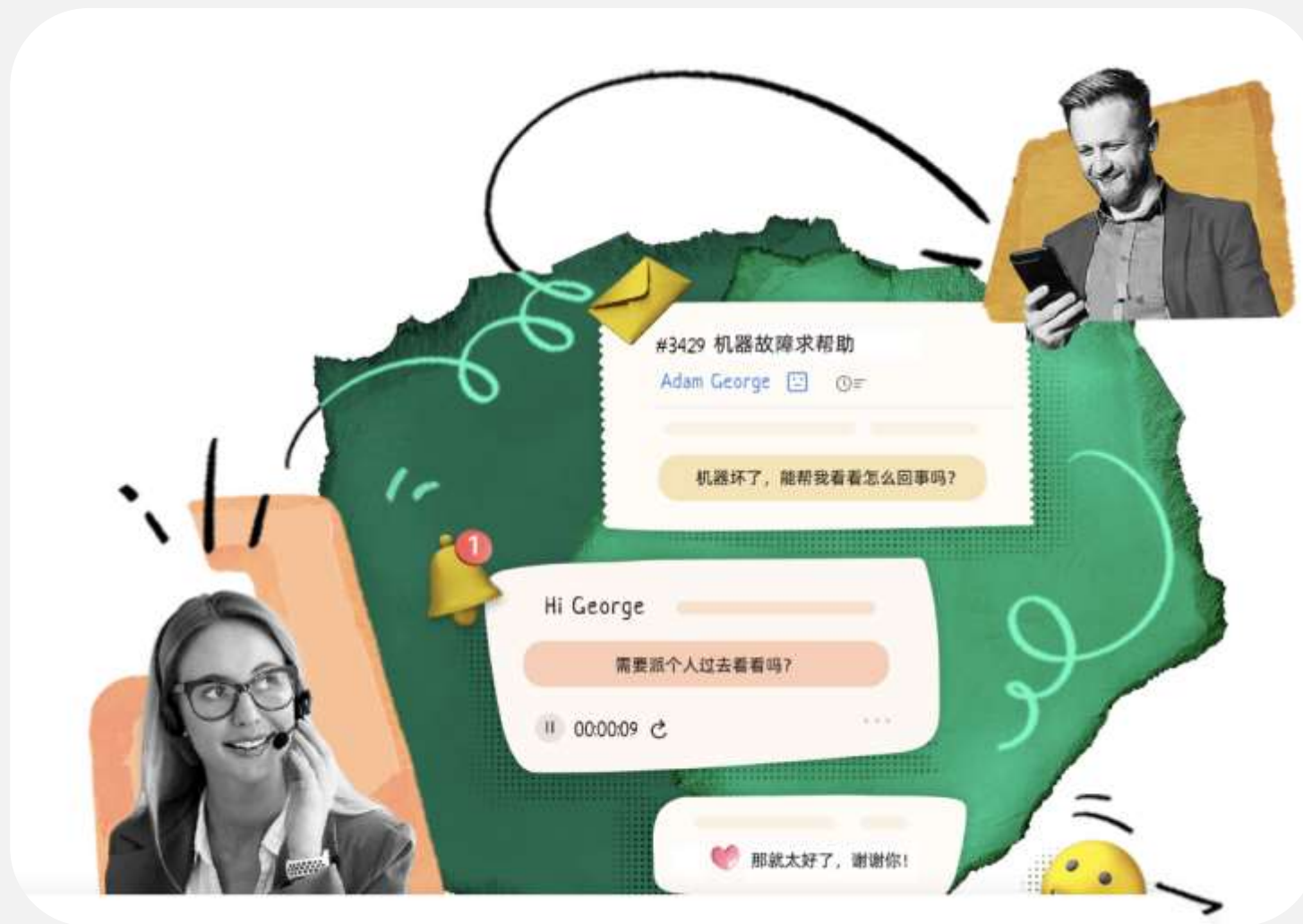
- Quote ID: 80777880000000000000000000000000
- Quote Value: CNY 400,000.00
- Quote Date: 2024-02-21 10:00:00
- Quote Status: Draft
- Quote Owner: zoho
- Quote Stage: Draft
- Quote Type: Sales Order
- Quote Description: 王先生购车试驾订单
- Quote Item: 1
- Quote Item Name: 四驱智联版
- Quote Item Price: CNY 238,599.00
- Quote Item Quantity: 1
- Quote Item Total: CNY 238,599.00

The dialog box also includes a table for 'Quote Items' (报价项目) and a 'Total' (总计) row.

序号	车型名称	数量	单价 (CNY)	金额 (CNY)	折扣 (CNY)	税 (CNY)	总计 (CNY)
1	四驱智联版	1	238,599.00	238,599.00	0.00	0.00	238,599.00
总计							CNY 238,599.00

在激烈的市场竞争中，优质的客户服务是车企差异化服务的重要手段。给首次购车客户提供用车关怀，可提升满意度、建立忠诚度、增强口碑传播、优化客户关系，为企业创造长期价值。

- **新手用车培训：**组织线下或线上活动，教授基本的车辆使用和保养知识。
- **定期回访：**购买后一段时间内，安排客户经理进行回访，了解使用情况和反馈。
- **赠送小礼品：**如免费保养服务、车载用品或数字化手册。
- **紧急支持服务：**提供紧急道路救援或用车支持热线，增强客户信任感。





维保：新购车首保提醒

汽车首保是新车使用初期的关键保养环节，通过更换机油和机滤清除磨合期杂质，确保发动机性能，延长车辆寿命。按时完成首保不仅可优化驾驶体验，还能为车主节省长期用车成本，保障车辆健康运行。车企需要为车主提供首保提醒服务，协助车主完成新购车首保过程，提高客户体验。

客户
筛选

多渠道
提醒

便捷
预约

提升
附加值

跟踪
反馈

快速筛选客户

- 自定义视图
- 自定义报表

多渠道提醒

- 短信
- 电话
- 电子邮件

便捷预约

- 一键预约服务
- 送保到家服务

提升附加值

- 首保优惠
- 车辆使用建议

跟踪反馈

- 满意度调研
- NPS调查

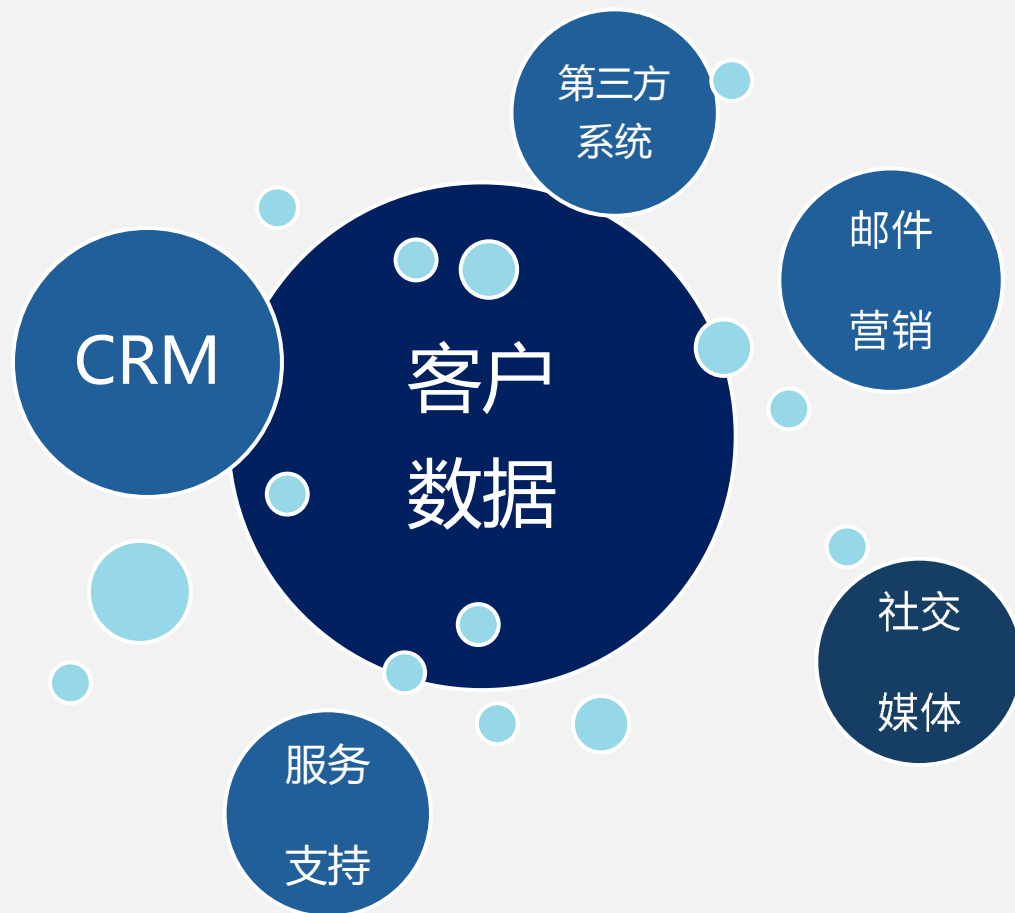


为客户提供长期优质服务，有助于提升客户满意度、树立品牌形象、增加客户忠诚度、创造持续收入、获取市场竞争优势。



- 常规保养&深度保养的提醒和服务
- 车辆维修、更换配件
- 技术咨询、服务投诉、道路救援
- 体验管理分析
- NPS客户满意度调查
- 建立社群组织车友活动
- 设计并执行各类促销活动

客户画像是基于数据挖掘技术，从客户行为、兴趣、偏好等维度形成的数字化标签。Zoho CRM作为客户数据中台，可从多个系统中汇总客户相关信息，建立全面立体的客户画像，帮助企业深入了解客户，实现精准营销与服务优化。

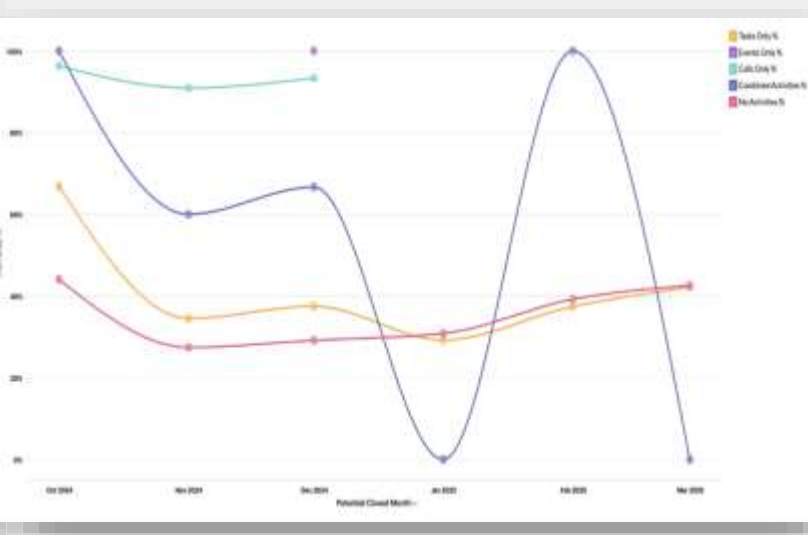
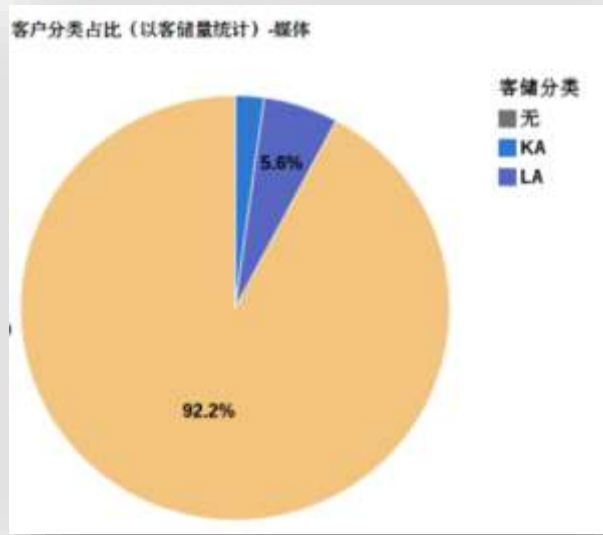


客户细分是根据客户的不同属性和行为特征，将客户分为不同群体，提供个性化服务和精准营销。

高频用途	低预算客户	中预算客户	高预算客户
城市通勤	经济型车型	多功能车型	豪华小型电动车型
长途驾驶	中续航车型	高续航车型	豪华长续航车型
家庭用车	紧凑型SUV	中端SUV车型	高端七座商务车型

- **明确细分目标**
Zoho CRM 目标设置功能可用于明确并追踪目标，为后续细分工作提供方向。
- **建立细分标准**
使用RFM 模型分析客户最近一次购买时间、购买频次和购买金额，识别高价值客户。
- **开展数据分析**
通过Zoho CRM报表及BI商业智能分析工具，对客户数据进行深入挖掘和分析。
- **实施细分策略**
在数据分析基础上，为每个细分市场制定具体的营销计划，借助Zoho CRM 自动化营销能力确保营销信息准确触达目标客户。
- **监测和优化**
利用 Zoho CRM 实时报表和AI智能，企业可随时查看客户细分策略效果，并根据市场变化和客户反馈及时调整。

基于CRM数据对客户信息和销售过程开展数据分析，比如客户分类、销售漏斗、商机得失分析、销售目标预测、销售业绩达成、销售人员排行、社交媒体情况、售后服务平均响应时间、客户满意度等多维度分析和结果呈现。





Zoho CRM

数据分析：汇总来自多个系统的数据并开展综合性分析



定价及利润分析



库存管理分析



门店员工分析



供应链分析



● 多语言&多币种&多时区

设置全球业务数据相关属性

● 灵活定制&PaaS平台

满足不同程度的个性化需求

● 一体化平台&成熟生态

1500+插件支持第三方应用扩展

● AI & BI

AI人工智能和BI商业智能为底座，提升自动化，基于数据的智能决策

● 数据安全&隐私保护

全球16大数据中心，符合各国安全合规和隐私保护要求

● 本地服务&海外联合服务

国内服务支持团队+海外团队共同支持





“Zoho团队所给予的支持远远超出了我们的预期，让我们看到了他们的专业和用心。每次与他们沟通，都能感受到他们对我们的重视和对工作的热情。”

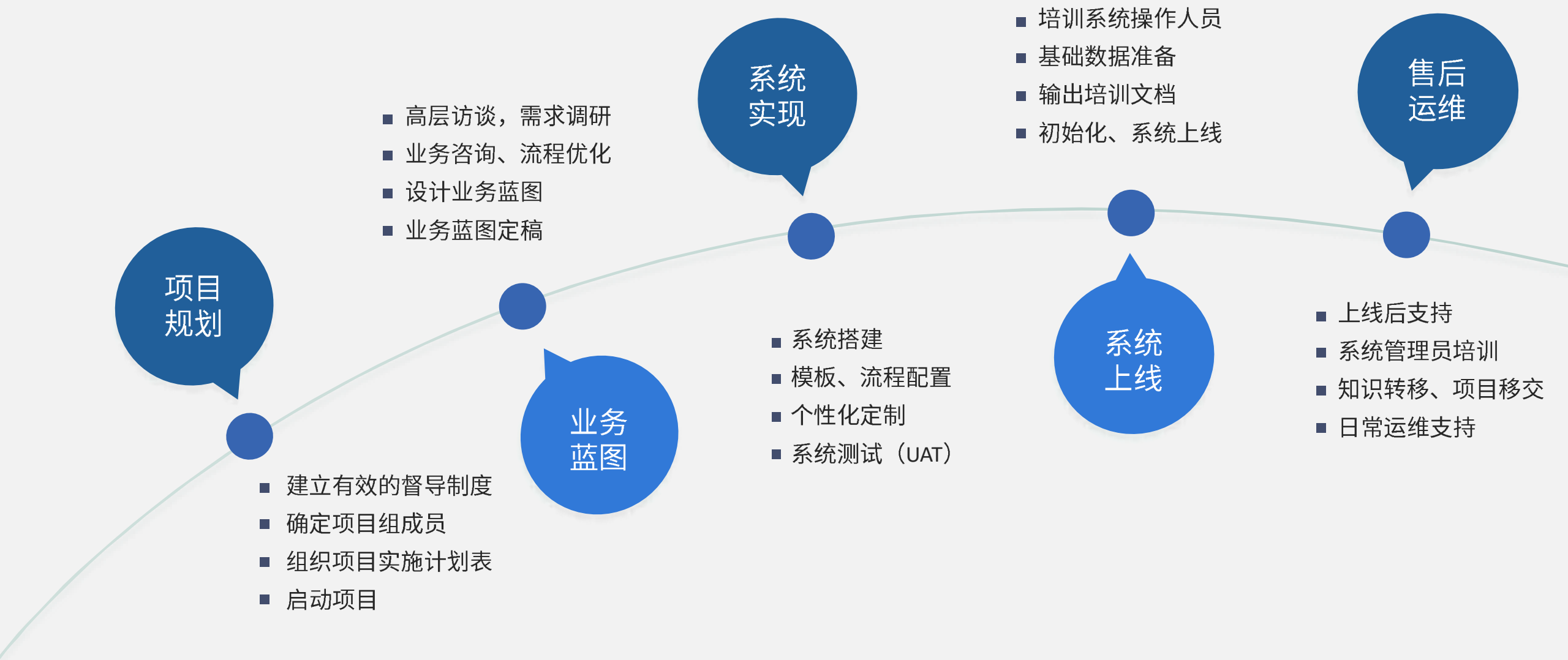
——极氪汽车数字化负责人 赵总

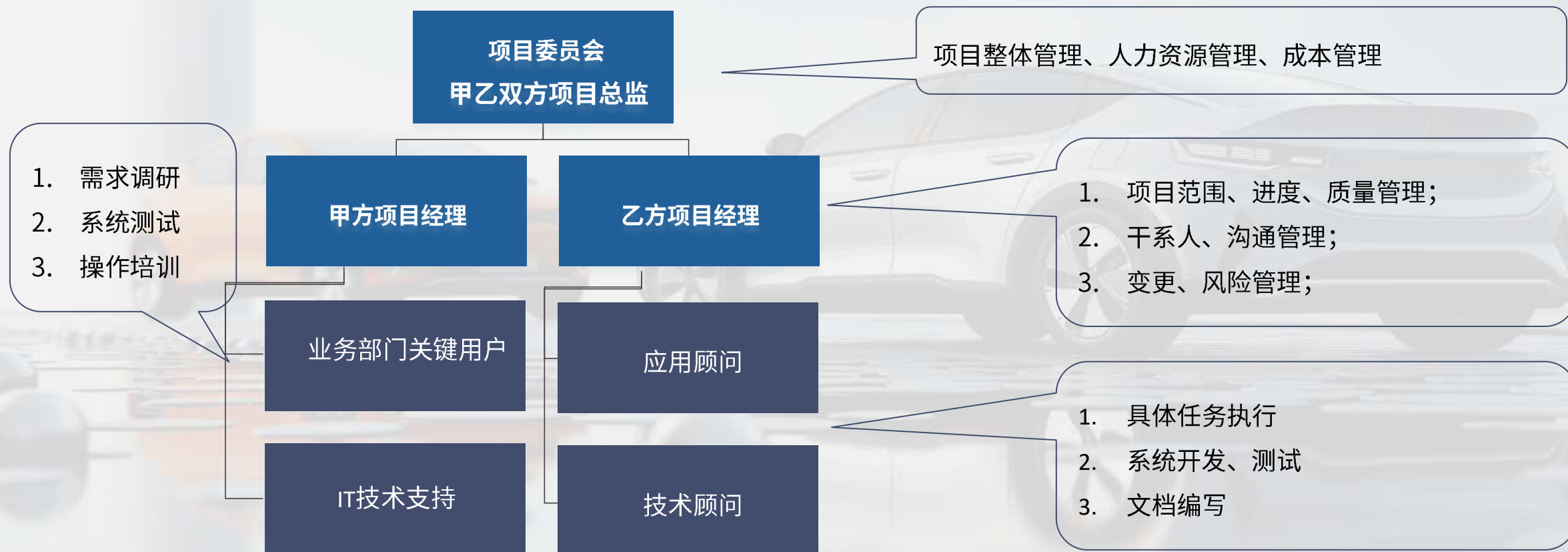


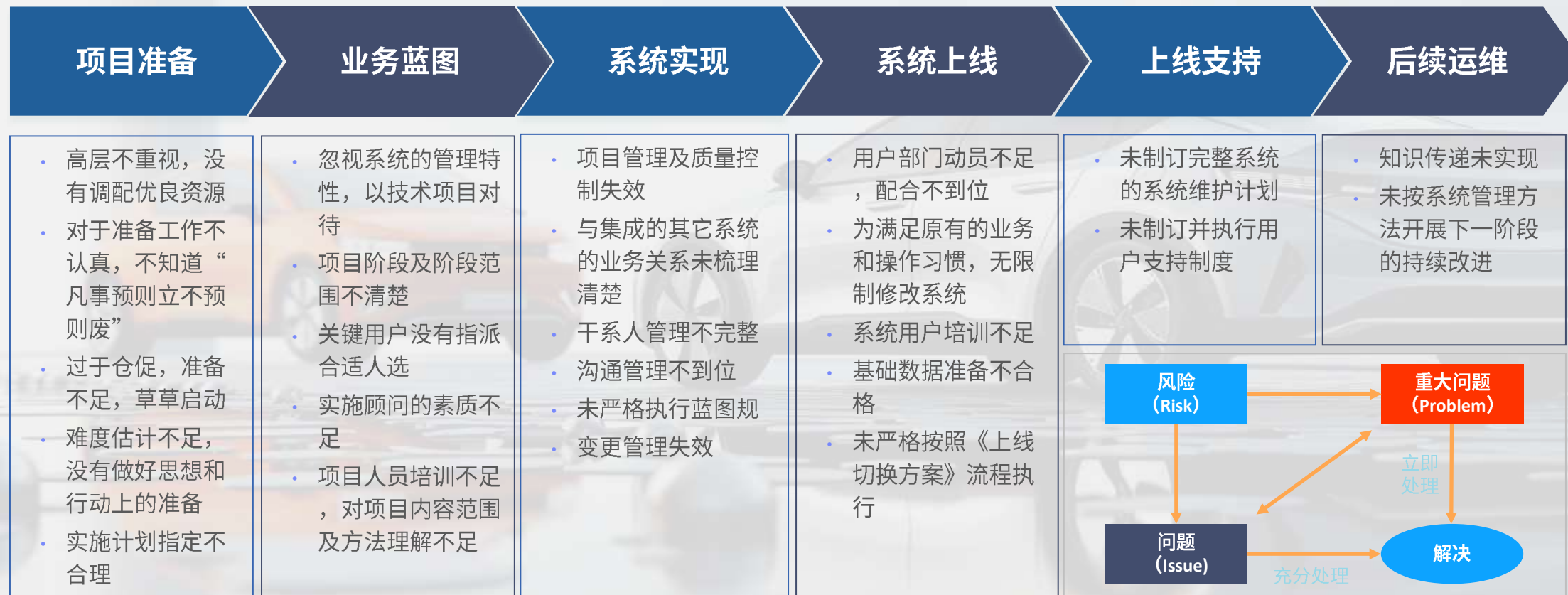
03

实施与保障









● 在项目实施过程中，将通过各种方式组织培训和交流，达到有效的知识传递，关键用户和内部IT全职参加项目，在实践中帮助企业培训出一支强有力的实施和运维团队。

