



# 汽车在线零售

---



# 案例:奇瑞QQ3



- 2007年底，自主知名品牌奇瑞QQ3开通了网上购车营销体系，消费者只需轻点鼠标，就可轻松购得QQ3。
- 网络购买QQ3的过程包括消费者线上操作与经销商线下服务两个部分：消费者只需登录奇瑞官方网站，点击“在线购车”或“购车指南”，花两分钟在网上申购单上填写详细的购车信息。



- 
- 奇瑞公司将购车信息通知消费者所在当地的QQ3经销商，三个工作日内消费者就可以接到来自经销商的电话回访和专人购车服务。
  - 在接受这一全新销售形式的消费者中，几乎全部为30岁以下的年轻人。
  - 原因：对网络购物比较熟悉，他们相信和其他商品一样，网络购车也能得到一定的优惠。





- 
- 相比传统的购车流程，选择网络购买QQ3，消费者觉得自由而轻松，省却了大量奔波于市场的时间和精力
  - 可以体验到VIP式的来自经销商专人、全程服务的消费享受。
  - 使QQ3 “梦想，触手可及” 的主题延伸到了购车方式中，“触手可及” 被进一步深化。





### • ( 3 ) 互联网应用于汽车销售的优势

---

- 1 ) 增强对客户的吸引 ( 选择范围、交流 )
- 2 ) 节约了大量的成本
  - ①获取信息成本
  - ②贸易磋商成本
  - ③展示成本
  - ④物流成本 ( 网络化供应链管理、库存、流通 )





- 3 ) 有利于产销的衔接
- 通过互联网建立虚拟专业网络，将分销商的内部网融入其中，及时了解分销状况
- ——适时调整（营销方式、生产：脱销、库存）



# 一、 在线零售概念

- 在线零售（Online Retail）又称为网上零售(e-Retail)，是B2C电子商务在零售业中的应用。
- 根据中国电子商务研究中心发布的《2009年中国网络零售调查报告》的定义，在线零售（网络零售）是指交易双方以互联网为媒介进行的商品交易活动，即通过互联网进行的信息的组织和传递，实现了有形商品和无形商品所有权的转移或服务的消费。买卖双方通过电子商务（线上）应用实现交易信息查询（信息流）、交易（资金流）和交付（物流）等行为。
- 网络零售也称网络购物，包括B2C和C2C两种形式。

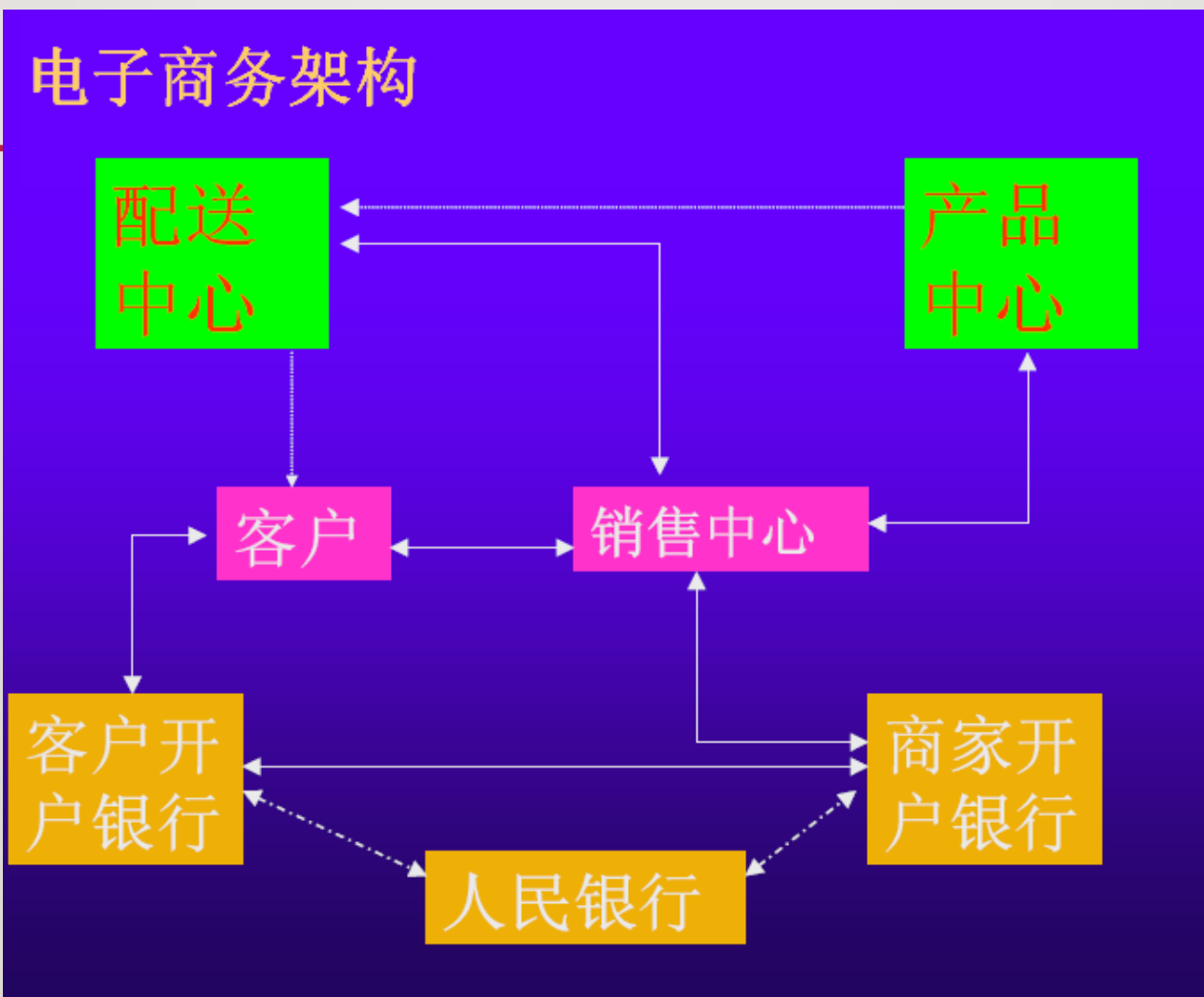
# 一、 在线零售概念

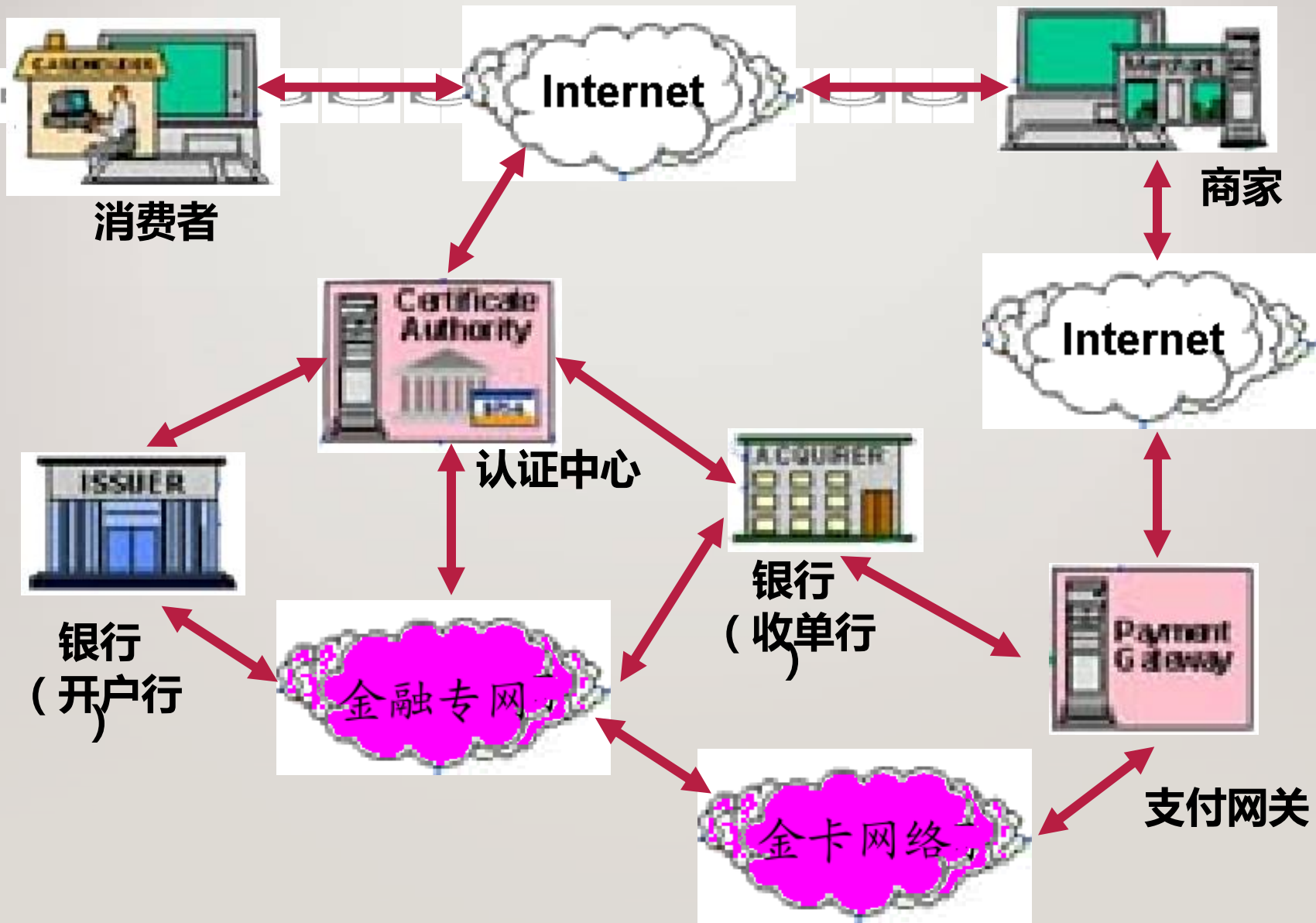
在线零售的发展是一种历史必然:

- 1、现代城市社会中商场的过度建设和商品的相对过剩的供应，使得在线零售打破店面、店址在零售行业中的决定性地位，凭借其不受时间和空间制约的特点，逐渐得到更多零售商的支持和选择。
- 2、消费者本身消费观念、消费方式、地位发生变化，消费者追求更加多样化和个性化以及更高消费水平的商品。
- 3、消费者的消费行为发生变化。折扣店
- 4、电子商务的杠杆应用为在线零售提供了便利。规模效应降低成本，为各种类型企业提供机会。



## 二、在线零售的模型







从示意图可以看出，一个完整的在线零售包括如下几个部分：

- ①客户：在现代电子购物中，客户一般都使用浏览器进行诸如浏览、购买、订单发送、支付(输入银行账号及密码)等操作。
- ②商家或商场：商家租用电子商务中心“柜台或商场”从事各种商业活动。
- ③电子商务中心：这是整个系统核心。
- ④商务中心支付服务器：作为支付网站，提供银行与顾客之间的支付接口，顾客通过它向银行发出付款申请。
- ⑤银行服务器前端：将商务中心支付服务器的请求转发银行的业务系统。
- ⑥银行现有主机系统：是银行系统的核心，顾客支付最终需在此完成。
- ⑦认证机构(CA)：其任务是为用户、商家、电子商厦发送数据凭证。
- ⑧配送中心：在交易确认后，为各个商场提供将商品送到客户手中的服务。





## 三、 在线零售的类型

---

(一) 根据系统平台的形式不同，在线零售可分为：

- 1、门户网站商城模式：新浪商城
- 2、店中店模式：当当、亚马逊
- 3、C2C卖场模式：淘宝、易趣网





### 三、 在线零售的类型

---

(二) 按交易主体不同，在线零售可分为C2C模式和B2C模式

- **C2C在线零售**网络平台是通过为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以自行提供商品网上展示销售，买方可以自行选择商品拍下付款或进行竞价方式在线完成交易。
- 如：易趣、拍拍、有啊等



# 三、 在线零售的类型

(二) 按交易主体分，可分为C2C和B2C模式。

- **B2C在线零售**可细分为综合型、垂直型、工厂网络直销型、平台型四种。
- 1、**综合性在线零售**：指中间商或零售商通过网络零售业平台该向消费者提供多种类型的商品，类似线下的大型超级市场。主要适用于资金实力雄厚的大型B2C企业：亚马逊、当当、1号店网上超市等
- 2、**垂直型在线销售**：中间商或零售商专注于某一特定的细分市场，通过网络零售业平台向消费者提供某一行业的商品：麦包包、凡客诚品等
- 3、**工厂网络直销型在线零售**：产品制造商通过自建的网络零售平台直接向消费者提供其所生产产品的模式：李宁网上商城等
- 4、**平台型在线零售**：指中间商或零售商借助某信誉有保障的第三方信息中介平台，为消费者提供自己经营的产品或服务，类似线下各种购物广场里独立经营的商铺：天猫



## 四 网上商城

---

- 网上商城是在线零售的重要应用形式，是网上销售模型的具体化系统，要向各参与主体提供接口和界面，并能开设网上虚拟商店。
- （一）网上销售型
  - 1、零售商的销售模型——顾客订单处理过程
  - 2、顾客的购买模型——顾客购买商品或服务的过程





## 四 网上商城

---

- 1、零售商的销售模型——顾客订单处理过程
  - 1) 订单计划和订单产生
  - 2) 报价
  - 3) 订单接受和登录
  - 4) 订单选择和按优先度排序
  - 5) 订单安排
  - 6) 订单满足和发货
  - 7) 订单账单和账户/支付管理





## 四 网上商城

---

- 2、顾客的购买模型——顾客购买商品或服务的过程
- 1 ) 购买前的准备阶段
- 2 ) 购买过程
- 3 ) 售后服务





## 四 网上商城

---

- (二) 网上销售界面
- 1、顾客和零售商界面
- 1) 商店运作
- 2) 顾客服务
- 2、零售商和供应商界面
- 3、零售商管理界面





## (三) 在线商店的经济性

---

- 成本低廉
- 无需库存
- 无场地限制
- 全天候营业
- 跨国经营
- 直接销售
- 建立长期客户关系





## ( 四 ) 推动在线零售发展的重要因素

---

- 1.商场过度建设和市场供应的相对过剩
- 2.消费者人口统计特征的变化
- 3.消费者行为的变化





# 1、商场过度建设和市场供应的相对过剩

- 80年代是零售商过度扩张的混乱的十年。
- 90年代，零售商努力实现销售和利润的同时增长。衡量利润的重要指标是每平方米毛利润。由于商品组合不合理以及竞争加剧，很多零售商的这一指标都出现了下降。
- 过度建设也使零售商难以找到低成本的熟练工，导致服务质量下降。





## 2.消费者人口统计特征的变化

---

- 生活节奏的加快、双职工的增加及社会的老龄化。
- 人们在商场购物的时间减少了,时间限制、对安全的担心、服务恶劣和商品信息不足等都是造成这种现象的原因。
- 对于年纪比较大的人对于物质商品的兴趣也开始逐渐转移到体验上,例如旅行和娱乐。





### 3. 消费者行为的变化

---

- 普通消费者花在商场购物的时间越来越少，而商场每平方米销售额也大幅度下降。
- 折扣店和邮寄目录购物汇聚了很多生产商的产品，能向消费者提供更多的折扣，因而成为广受欢迎的销售形式；销售商利用这些销售形式还能密切监视消费者行为的变化，并及时做出反应。
- 消费者不再像过去那样受品牌的影响，价值购物者的出现正在改变着零售业。消费者不愿意再为品牌而支付更高的价格，而是更注重商品质量和价值。
- 利润的下降就体现出这种变化，因为零售商的定价更低了。对零售商来说，真正重要的是确定每个目标市场顾客的需求和特征，并且了解如何捆绑产品和组合品牌，让它们受到在线购物者的青睐。





## 五、汽车在线零售

---

- （一）垂直型B2C在线零售——车易达汽车电商平台
- 北京车联易达科技有限公司（车易达网）成立于2012年，公司旨在为行业提供实体企业电商化服务，包括批发零售渠道平台设计及服务、移动电商平台设计及服务，是中国为数不多的集汽车电商平台服务、实体企业电商模式设计及移动营销模式设计一体化的IT服务商。
- 2015年车易达网正式上线。







## 五、汽车在线零售

---

- (一) 垂直型B2C在线零售——车易达汽车电商平台
- 1、车易达的购车流程
  - (1) 选择要购买的车型，并提交订单
  - (2) 在线支付定金，手机获取经销商信息
  - (3) 联系经销商，确定提车日期
  - (4) 凭证件和手机短信到经销商处提车，完成交易





## 五、汽车在线零售

---

- (一) 垂直型B2C在线零售——车易达汽车电商平台
- 2、车易达在线零售支付方式
  - (1) 支持各大银行网银
  - (2) 可在线申请退款，银行将在5个工作日内完成退款





## 五、汽车在线零售

---

- (一) 垂直型B2C在线零售——车易达汽车电商平台
- 3、车易达汽车在线零售模式分析
  - (1) 与各地的汽车4S店签约加盟，使4S店成为汽车电商的一部分，构成电商平台的仓储和物流系统
  - (2) 车易达电商平台既是一个信息发布中心，也是一个交易中心，负责完成订单的生成并分配给4S店。
  - (3) 4S店成为线下服务的主体，车易达是起网络中介的作用。





## 五、汽车在线零售

---

- (二) C2C网上拍卖——人人车二手车拍卖平台
- 二手车电商人人车是一家高速发展的企业，成立于2014年5月，采用C2C虚拟寄售方式，其特点是取消交易的所有中间环节。
- 传统二手车交易要经历4S店、经销商、中小中介等中间环节，大约10%的利润大家一起分。
- 虚拟寄售可减少线下场地成本，不需要考虑车位的流转等问题。





## 五、汽车在线零售

---

- (二) C2C网上拍卖——人人车二手车拍卖平台
- 1、人人车交易流程：
  - (1) 预约上门服务
  - (2) 评估师上门拍摄、检测
  - (3) 平台精选买家，带去线下看车。





## 五、汽车在线零售

---

- (二) C2C网上拍卖——人人车二手车拍卖平台
- 2、C2C寄售模式缺陷：
  - (1) C2C模式下还有一层O2O，需要数量可观的线下团队。如何形成网络效应，降低人人车的运营成本？
  - (2) 平台定价权弱





## 六、在线商店的建立

---





- 
- B2B(Business To Business, 商家对商家)
  - B2B典型代表有阿里巴巴。[中国制造网](#)，慧聪等，主要是从事批发业务;





# 类别：



- B2C(Business To Customer,商家对顾客销售)
- B2C典型代表有当当网、京东商城、中国购、凡客诚品、稀货街、百宝汇商城、新蛋商城、中国巨蛋、思和电器商城、聚购商城、聚购商城主要是经营工艺品与创意产品。
- B2C中又分为三种，一种是实体企业转网上商城，代表网站为库巴网;一种是实体市场转网上商城，代表为蚕丝网城;一种是原有电子商务公司建设的网上商城，代表为京东商城，中华网库商城系统等

# 类别：



- 
- C2C(Customer to Customer,客户和客户)
  - C2C典型代表有淘宝、鸟差、**易趣**、**拍拍**、百度有啊。
  - O2O(Online To Offline,线上线下相结合)
  - O2O典型代表有**象屿商城**。
  - G2C:G2C电子政务是指政府( Government)与公众(Citizen)之间的电子政务。是政府通过电子网络系统为公民提供各种服务。
  - B2B2C:最新的一种整合型网上商城模式，代表有汇诚网(又名"**汇城网**")。

# 类别：



- O2P(Online To Place,本地化线上线下)
- O2P:2013年最新的一种电商模式，针对大型家电或者汽车等大件商品不便运输，由电动车业界提出的线上商城，本地化配送的新模式。代表有道易行商城(又名"道易行专业电动车商城")。
- G2C电子政务所包含的内容十分广泛，主要的应用包括:公众信息服务、电子身份认证、电子税务、电子社会保障服务、电子民主管理、电子医疗服务、电子就业服务、电子教育、培训服务、电子交通管理等。G2C电子政务的目的是除了政府给公众提供方便、快捷、高质量的服务外，更重要的是可以开辟公众参政、议政的渠道，畅通公众的利益表达机制，建立政府与公众的良性互动平台。



# 1、目标

---

- 网店的概念
  - 网店是建立在网络世界中的虚拟商店
  - 优势：
    - 成本低
    - 加速资金流转
    - 更容易开展全球市场
    - 实现24小时不间断营业
    - 多媒体促销
    - 依靠数据库提供全新的个性化服务
- 网店的关键：业务量





# 企业建立网站目标

---

- 吸引访问者
- 构造有趣的网站，使访问者留连忘返
- 说服访问者按网站的链接来寻找信息
- 创建一个与企业期望一致的印象
- 增强访问者对组织的正面印象





# 网站访问者的目标

---

- 了解公司所提供的产品或服务
- 购买公司所提供的产品或服务
- 了解所采购的产品的担保服务和维修信息
- 了解公司或组织的一般信息
- 了解公司的财务信息以便进行投资或信用担保
- 了解公司的管理人员
- 了解组织的人员或部门的联系信息





# 企业网站应该满足的目标

---

- 1、目标是什么？（即明确市场定位）
- 2、卖什么？
- 3、投入多少？
- 4、怎样送货？
- 5、怎样收款？





## 2、建立网上商店步骤

---

- 1、前期规划
  - 潜在客户、购物习惯、成功经营模式分析、网络新技术、与传统渠道的关系、商品的销售及配送方法的确定、设定具体可行的营运目标
- 2、成本与效益分析
  - 成本：数据库建立成本、安全投入成本、通讯成本、系统更新成本
  - 效益：销售利润、广告收入、增加知名度、降低经营成本、信息服务、出租
- 网店定型：一般采用“在线销售型”。







## 建立网上商店步骤

---

- 3、办理相关登记
  - 办理企业登记、申请域名、向ISP申请联机
    - 如何选择ISP
      - ISP的技术支持环境和售后服务
      - Web页面访问统计报告
      - 安全性、可靠性和有效性
      - 独立域名
      - 独立IP地址
      - 独立的cgi-bin目录





## 建立网上商店步骤

---

- 在同一块空间上同时具有Web、E\_mail、FTP服务
- 通过用户名和密码的方式赋予用户FTP的特权
- 无限量电子邮箱设置
- 不限制数据通信量
- 可设置路径保护以限制访问
- 电子邮件服务器自动应答
- 支持实时传音、实时传送图象
- 支持各种站点管理软件





## 建立网上商店步骤

---

- 4、 决定店面的设立方法
- 虚拟主机、服务器托管、入住电子商城、自行架设主机、ASP方式
- 5、 采购计算机设备
- 6、 确定页面风格
- 购买方式：亲切友好的导购服务、清楚的确  
定购买和取消购买标志、简单扼要的购物表
- 付款方式：信用卡在线支付、邮局付款、银  
行付款、亲自付款、厂商自行发行的支付工  
具





# 建立网上商店步骤

---

- 7、网页制作
  - 网站设计常见误解：
    - 企业不知道到底为什么要建立网站
    - 通过网站做企业和产品介绍
    - 让多个机构为企业网站设计网页
    - 忽略网站的维护费用
    - 浪费大量的连接机会
    - 认为网站与企业内部网相同
    - 低估了网站的影响
    - 不考虑网站的可用性





# 建立网上商店步骤

---

- 网页设计常见误解：
  - 使用框架结构进行网页设计
  - 追求网页制作技术的尖端性
  - 二级网址规划复杂
  - 包罗万象的网页
  - 过分追求网页的美观性
- 好的设计应注意：
  - 避免太长的网页下载时间与过大的图片
  - 人机接口必须具备亲合力，且可在不同浏览器软件下观看



## 建立网上商店步骤

---

- 适当分类，提供充分的产品信息
- 提供简便搜寻的功能
- 订购流程流畅
- 内容时常更新
- 按消费者在链接中导航的方式设计网站
- 让消费者更快的访问到信息
- 在产品或服务的描述中避免使用浮夸性的营销术语
- 避免使用访问者可能不懂的行话或术语
- 让各种浏览器、显示器和计算机能访问
- 色彩一致，并照顾色盲者





## 建立网上商店步骤

---

- 8、后台作业处理
  - 商品数据库管理系统
  - 商品自动上柜系统
  - 线上订购及定单管理系统
  - 线上安全支付系统
  - 会员管理系统





## 步骤:

---

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| (1) 拟定计划 | (2) 组织团队 | (3) 取好店名 |
| (4) 申请域名 | (5) 选定平台 | (6) 采购设备 |
| (7) 设计页面 | (8) 完善系统 | (9) 测试开业 |







---

谢 谢！

