

Beacony w salonach samochodowych

Wykorzystanie urządzeń typu Beacon, wyposażonych w sensory ruchu oraz technologię Bluetooth, pozwala na pozyskanie wiedzy o zachowaniu klientów w salonach samochodowych. Informacje te mogą posłużyć optymalizacji ekspozycji samochodów oraz personalizacji działań sprzedażowych i marketingowych, kompleksowo usprawniając jakość obsługi poprzez dopasowanie ofert do rzeczywistych wymagań klientów.



Wyzwanie klienta

Dealer samochodów osobowych zdawał sobie sprawę z przeobrażeń w jego biznesie: wzrostu świadomości i wiedzy klientów dzięki opiniom i informacji w Internecie, możliwości złożenia zapytań dla wielu, nawet odległych geograficznie dealerów i przejrzania ich oferty bez wychodzenia z domu. W takiej sytuacji klienci odwiedzający salon często mają już na myśli konkretną ofertę. Wyzwaniem Dealera było przewidzenie tych potrzeb, przekazanie klientowi swojej oferty w sposób wyróżniający się od innych oraz przedstawienie mu takiej oferty, która dopasowana jest do profilu i oczekiwań klienta.

Rozwiązanie PwC

W odpowiedzi na potrzeby Dealera zespoły Data Analytics, Geo Analytics oraz zespół dedykowanych ekspertów dla branży Automotive zaprojektowały rozwiązanie wykorzystujące technologie Beacon. W ramach projektu w salonie samochodowym w części ekspozycyjnej jak również w poszczególnych modelach eksponowanych samochodów zostały zainstalowane czujniki. Dzięki temu baza danych Dealera została rozbudowana o informacje o zachowaniach klientów.

Następnie zespół PwC w oparciu o zebrane dane przygotował modele analityczne pozwalające określić potrzeby poszczególnych segmentów klientów. Zaprojektowany system dzięki połączeniu z aplikacją mobilną Dealera pozwolił na prowadzenie spersonalizowanych działań marketingowych spełniając tym samym oczekiwania klientów co do jakości otrzymywanych ofert i informacji, a moduł raportowy dedykowany dla działów sprzedaży był źródłem informacji, co do ilości klientów odwiedzających salon oraz ścieżek ich poruszania po salonie. Na podstawie tych informacji Dealer usprawnił wykorzystanie przestrzeni ekspozycyjnej w salonie i sposób obsługi klienta.

Wpływ na działalność klienta

Dzięki rozwiązaniu PwC, Dealer jest w stanie zaoferować swoim potencjalnym klientom najwyższej jakości obsługę opartą na danych o zachowaniu tych klientów właśnie. Dealer podwyższył swoje marże, gdyż dzięki dokładnemu profilowi klienta, sprzedawcy w salonie byli w stanie zaoferować targetowane bezpośrednio dla niego wyposażenie dodatkowe, akcesoria i ofertę finansowania. Punkt dealerski zyskał opinię miejsca, gdzie nie narzuca się natrętnie ofertami, zaś ekspozycja salonu została zoptymalizowana tak, by interesować klientów droższymi modelami.

Kontakty

Kinga Barchon

Partner

Tel: +48 502184178

kinga.barchon@pl.pwc.com

Artur Jastrzębski

Menedżer

Tel: +48 519504463

artur.jastrzebski@pl.pwc.com

Mariusz Śpiewak

Partner

Tel: +48 502184260

mariusz.spiewak@pl.pwc.com

Michał Kłis

Menedżer

Tel: +48 519506793

michal.klis@pl.pwc.com