

养车互联网+ APP 的开发与推广

摘要: 结合现有养车市场线上与线下体验模式, 设计出基于全平台开发的“在线养车”APP 应用, 有效的将养车市场信息流、资金流、物流等有机地结合在一起, 形成以客户为中心, 以汽车监测机构为载体, 提供快速的服务模式。

关键词: 监测站; 养车; 载体; 服务模式

引言

截至2021年3月, 全国机动车保有量达3.78亿辆, 其中汽车2.87亿辆; 机动车驾驶人4.63亿人, 其中汽车驾驶人4.25亿人。2021年一季度全国新注册登记机动车966万辆, 新领证驾驶人839万人, 汽车市场刚性需求旺盛, 我国汽车保有量继续呈快速增长趋势。

同时, 截至2020年12月, 我国网络购物用户规模达7.82亿, 较2020年3月增长7215万, 占网民整体的79.1%。移动终端的普及为各类APP 的开发和使用提供了巨大的舞台。如何将分布不均, 服务项目繁多, 资费差距甚大的汽车服务机构信息, 在移动互联网时代, 以明确的视角提供给车主是件非常有意义的事情。



图 1 中国网购用户增长趋势

市场定位

前期我们将APP产品定位于帮助车主选择合适的汽车监测站和服务机构, 连横合纵将咸阳市监测站整合到App上来, 用户在监测站检测时可以使用App预约检测, 寻找附近的监测站, 寻找汽车相关产业的服务商, 监测站即是流量入口也是流量出口, 通过大数据及算法分析用户的车型及喜好, 对应推荐适合客户的汽车周边服务产品, 可以详细记录客户的车型、车牌、及驾驶证车住信息, 前期作为工具类软件存在, 在中后期引入增值服务。

对于监测站而言, 本App可以帮助监测站进行引流, 达到降低营销成本、提监测站的利润及锁粉。初期采用避强定位的方式, 在咸阳地区以较低的成本, 迅速在移动互联网汽车服务市场站稳脚跟, 通过持续的服务和不断修正运行中的劣势, 最终辐射陕西、面向全国。

产品介绍

通过设计手机 APP 的方式 (如图 2 所示), 手机用户输入自身车辆相关基本信息, 选择需要的汽车检测内容或汽车美容需求内容, 后台服务器根据上述信息, 向车主提供优选的汽车服务企业基本信息、服务资费和相关评价, 车主可以直接预约服务机构的服务项目, 也可以通过向周边企业“发出需求订单”

的模式, 寻求最快最廉价的汽车服务企业。

01 APP 整体架构

图3 所示为APP 整体架构中, 核心功能内容。同时平台应包括以下接口:

①与 LBS 的接口: 系统应具备与 LBS 的标准接口, 定位用户位置, 以便于进行导航。

②短信接口: 系统应具备短信标准接口, 方便对用户登录手机号下发相关短信及优惠券验证码等信息。

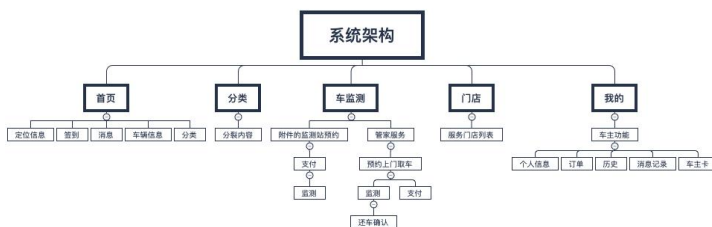
③与地图系统的接口: 系统具备与地图的标准接口, 方便用户使用地图功能查看监测站及相关服务门店的位置。

④与手机支付系统的接口: 银联支付、微信支付、支付宝支付、余额支付及聚合支付。

APP 建设原则与需求概述

我们团队所开发的APP 应该首先具有可靠性, 在设计过程中应该有适量的冗余及其他保护措施, 保证有良好的容错性和容灾性等; 同时尽量满足业务功能需求的前提下, 做到简单、实用、人性化; 还应保证 APP 具有先进性、前瞻性和可扩展性; 在开发 APP 产品上, 我们采用符合开放性要求, 遵循国际标准化组织的标准技术, 既有自我独特优势基础上, 又能与其他国家优秀产品进行组合, 共同构成开放的、易扩充的、稳定的服务型APP 产品。

将“App”建设成集监测站联盟、汽车服务项目分类为一体的综合性汽车保养与美容服务类客户端。实现在线搜索、分类查找、在线预订等多项便民功能。



1 营销策略

11 地推营销

得益于实体监测站的核心优势, App可以在前期通过地推营销模式吸引客户注册, 联系业内所有监测站优先使用客户端, 对监测站使用系统进行免费不收佣模式, 监测站的用户通过下载App支付可以给予对应的优惠, 让客户有下载App的动力, 用户下载App体验后通过平台的自生运营策略留存客户, 从而实现用户的锁粉及用户成交。

12 用户营销

将开发好的平价养车 APP 应用发布到各大应用商店内, 并提供关键词介绍的简介, 帮助发觉潜在客户下载, 用户利用这种应用可以很直观的了解企业的信息。用户是应用的使用者, 手机应用成为用户的一种工具, 能够为用户的生活提供便利性。相比植入广告模式, 具有软性广告效果。

13 广告覆盖

通过抖音及类似对应自媒体平台做平台推广, 内容主打保姆监测, 通过该服务进行引流用户从而留存转换成交易用户。

通过电梯广告核心推荐预约监测和代检车服务, 从而让客

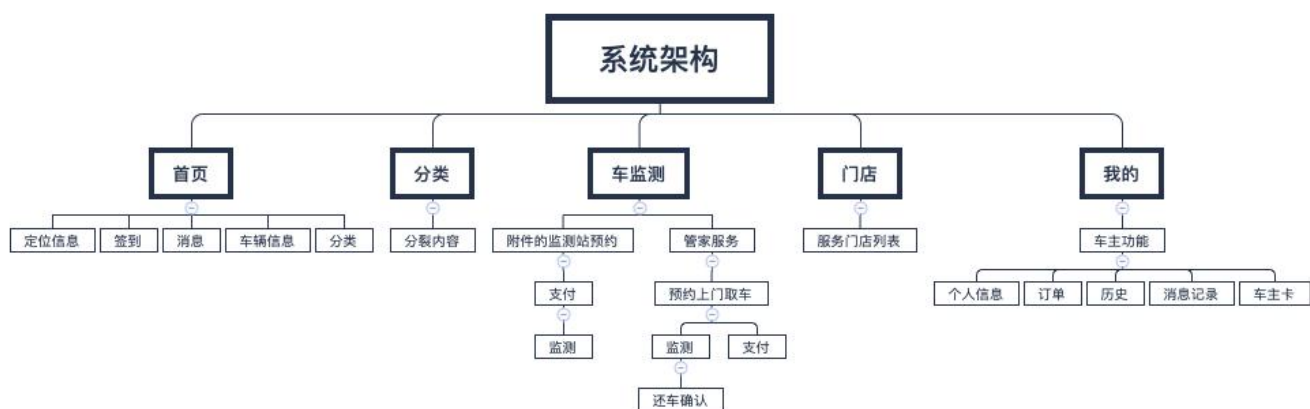
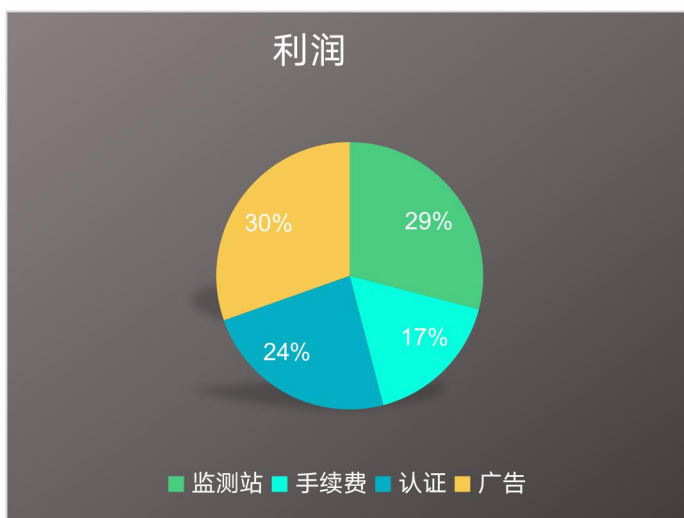
户了解平台，直击用户痛点促使成交用户。

14 自媒体推广

通过SEO、头条号、百家号、公众号等对平台进行宣传，从而提高平台知名度并实现引流下载及成交服务。

平台的盈利点

- 1) 自有监测站的盈利
- 2) 交易手续费盈利
- 3) 入驻手续费盈利
- 4) 店铺认证盈利
- 5) 广告盈利
- 6) 竞价排名盈利



检测养车系统

