

又潮又酷！“Z世代”点赞新车到家交付

傍晚7点15分，夜幕降临，一辆装饰浪漫梦幻的超大汽车礼盒缓缓驶入深圳一小区门口，引得过往的路人纷纷拍照围观。接到提车电话的车主小悦（匿名）看到眼前惊喜的一幕，一脸不可置信。



据小悦介绍，车是父母送自己18岁的成人礼物，这款五菱Kiwi EV自己种草了很久，之前也了解过他们家可以在家门口交付，跟爸妈沟通完，就在五菱官网上订了车。

付完款后，一直比较担心从广州运到深圳车辆的安全问题，毕竟汽车跟普通物品不一样，自己也是第一次网购汽车。

从广州到深圳，运车管家作为第三方车辆交付服务平台，负责车辆运输和终端用户交付服务，做好主机厂和消费者之间的连接。

“感觉和在天猫上买东西一样，物流信息全程都能查到，通过APP每天就能看到车子运输的进度，省去了我很多顾虑，真的是太方便了！”

之前在网上看到网友吐槽到家交付只是送车到门，没有4S店那些服务啥的，小悦本来还有些忐忑。而且长途运输，也担心会像网友说的那样收到一辆脏脏车。

“真的是太意外了！看到崭新整洁的爱车，竟然用这么新颖梦幻的礼盒直接送到家门口，比拆盲盒还惊喜！交付人员给赠送了鲜花，详细讲解了车辆的使用说明，又贴心又专业！这种提车体验真的是太酷了，很有仪式感！”在接受管家回访时，小悦满意的说道。



Z世代蓄势而来

汽车品牌如何打动年轻用户？

得年轻用户得天下，汽车领域也是如此。随着“Z世代”踏入社会，成为汽车消费市场的中坚力量，购车人群年轻化的趋势已势不可挡。如何打动年轻消费者的内心，成为摆在汽车主机厂和经销商面前的课题。

在1995年到2009年出生的年轻人，被称之为“Z世代”。他们是被互联网文化从小喂养大的一代，互联网对他们来说不仅是擅长使用，而是像空气一样，与生俱来，不可分离。



他们习惯了电商平台购物、出行平台打车、订餐平台点外卖、快递平台查物流，也习惯了通过各类社交平台对服务作出评价。对Z世代来说，在线下单、物流可查、评价互动，都是购买服务和产品的基本操作。

随着汽车销售模式的变革，汽车直销、直播卖车已走入大众生活。看重个性、体验与服务的Z世代们，在购买汽车时，能够接受通过汽车品牌官网下单购买一台智能炫酷的新车，却要跑去几百公里外自提？说是支持送车到家，物流信息却无法查看？车子到哪儿了？如何交接？买了个几十万的大件物品还不如淘宝9.9包邮的小物件的服务？



4S店服务搬到家门口

全新交付模式刷新购车体验

在新零售时代，物流不再只是连接买卖的工具，作为触达消费者的关键一环，构建优质高效的交付服务，将是汽车主机厂和经销商升级消费体验、提升市场竞争力和品牌形象的重要途径。

当然，越高级的行业，交付的复杂度就越高。普通小件商品，快递送到门，消费者自己拆开就可以。到家电家具就要上门安装才行。汽车作为大件贵重物品则更复杂，需要有第三方交付平台，帮助车企和经销商搞定仓储、运输、整备、清洁、交车、上牌，甚至抵押登记等多项服务。



运车管家凭借其平台优势和资源优势，已整合44000多台优质合规运力资源和近300家正规车务代办服务商，与自营的80多个车辆仓配监管中心一起，构成了一张覆盖全国、直达乡镇一级的智能化车辆交付服务网络。

运车管家不仅可以为客户做好仓储、运输、PDI检测、车辆清洁、车辆讲解、交车仪式，让消费者在家门口就可以享受4S店级别的交付服务，还可以为客户办理上牌、保险、抵押等一站式车务服务。同时，运车管家在各个环节，都建立了标准化的服务规范，服务可选、预约交车、每车保险、在途可视、逐单评价、7*24h客服响应，给与消费者高品质的交付服务体验。

运车管家第三方车辆交付服务的出现，让包括主机厂、汽车电商、汽车经销商等企业，省去了诸多后续交付的麻烦，大大降低了交付成本，并避免了繁冗流程而带来的管理成本和管理风险。



原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/188533.html>