



# 2019年雷克萨斯 纯正精品销售回顾

销售生活精品室 销售服务课

侯东震

22/08/19

# CONTENT

## 目录

Part 01

◆19年销售活动回顾

Part 02

◆纯正精品销售概况

A dark Lexus car is parked in the foreground, facing towards the right. The city skyline of Shanghai is visible in the background, with the Oriental Pearl Tower and other illuminated buildings. The sky is a gradient of orange and blue.

# 19年销售活动回顾

- 1、销售日程回顾
- 2、销售支援活动
- 3、精品部现地支援活动

# 销售日程回顾

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
品线丰富	★春节礼品 ★UX汽车精品				★儿童节礼品		★中秋节礼品 ★中改RX汽车精品					★圣诞节礼品
销售支援			春季促销		SUV产品促销			秋季促销	年末销售竞赛			
			18年国内研修	18年海外研修				19年国内研修	百万纪念活动	冬季促销		
培训支援			基础级		基础级 精英级		基础级		基础级 精英级	基础级		基础级
沟通强化			★经销商区域会议		★经销商区域会议		★经销商区域会议 ★全国精品大会		★经销商区域会议			
			精品小区会		经销商层别化·明确化			经销商拜访				

# 销售支援活动

■ 品线丰富

■ 销售支援

■ 培训支援

■ 沟通强化

■ 业务改善

1月份与UX新车同步上市（共20款）



# 销售支援活动

■ 品线丰富

■ 销售支援

■ 培训支援

■ 沟通强化

■ 业务改善

春季限定-箸事如意套装



儿童节限定-智享木质双层拼图



节日限量版商品不断丰富，强化节日氛围

# 销售支援活动

■ 品线丰富

■ 销售支援

■ 培训支援

■ 沟通强化

■ 业务改善

立足经销店，继续开展多种形式的销售支援活动

## 促销活动支援

- 结合重点品目及季节、区域需求
- 全年预计实施6次

## 宣传展示支援

- 重点产品VTR制作
- 展示好事例发掘横展
- 展具类业务用品检讨开发

## 奖励支援

- 目标达成店奖励实施(半年/全年)
- 追加精品杰出贡献奖

# 销售支援活动

■ 品线丰富

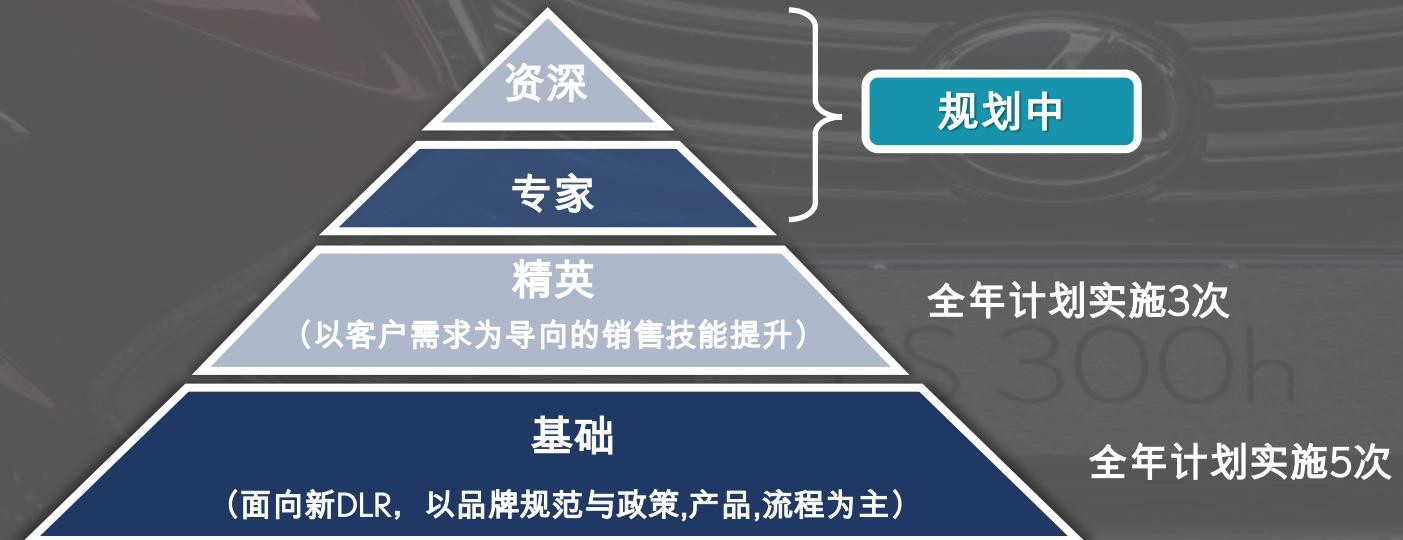
■ 销售支援

■ 培训支援

■ 沟通强化

■ 业务改善

强化教育体系，继续实施面向精品经理的培训



# 销售支援活动

■ 品线丰富

■ 销售支援

■ 培训支援

■ 沟通强化

■ 业务改善



■ 培训支援

■ 基础级培训

■ 精英级培训

# 销售支援活动

■ 品线丰富

■ 销售支援

■ 培训支援

■ 沟通强化

■ 业务改善

活用部内外活动，实现沟通效率最大化

DLR访问

全国精品会

经销商区域会

精品小区会

对象

总经理  
精品经理  
销售·服务  
经理

总经理  
精品经理

总经理  
销售经理

总经理  
精品经理

内容

个别指导

- ①市场·销售状况说明
- ②纯正产品的方向性
- ③产品展示

- ①新车型产品介绍
- ②Region销售实际说明

- ①E&A政策解读
- ②跨店铺交流·  
好事例分享

# 销售支援活动

■ 品线丰富

■ 销售支援

■ 培训支援

■ 沟通强化

■ 业务改善

站在「顾客」的角度，不断改善业务细节

高效

精品通知发送  
时间统一

及时

追加精品季度  
报告

紧密

检讨追加地担  
人数

# 精品部现地支援活动

## 地区会

9个地区  
108家店

## 经销商集团

5家

## 现地支援活动

覆盖率83%



### 华北地担

访16家

### 华东地担

访21家

### 华南地担

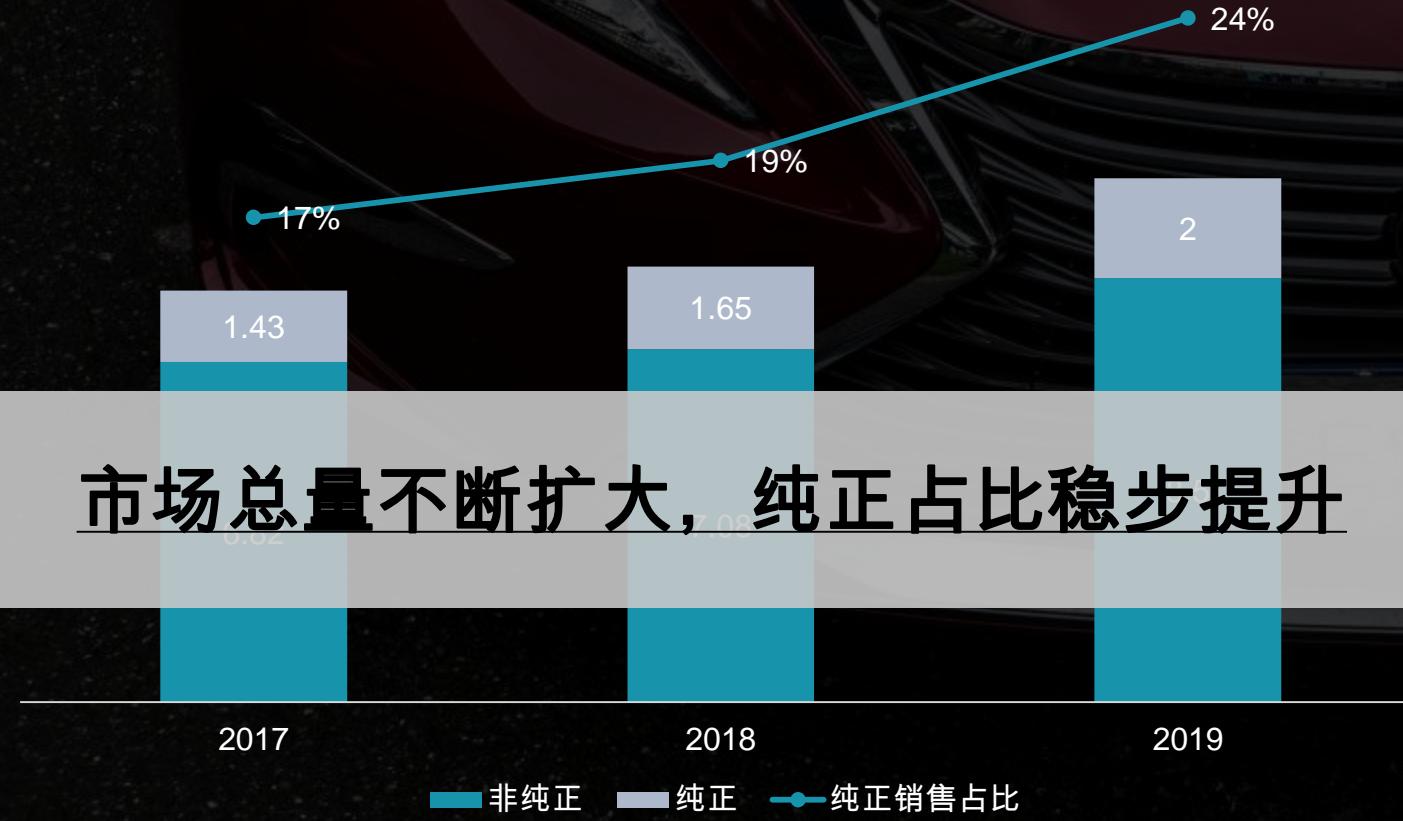
访22家

A dark-colored Lexus vehicle is shown from a rear three-quarter perspective, parked on a dark surface. The city skyline of a modern metropolis is visible in the background, with numerous skyscrapers illuminated against a darkening sky. The Lexus logo is visible on the trunk lid.

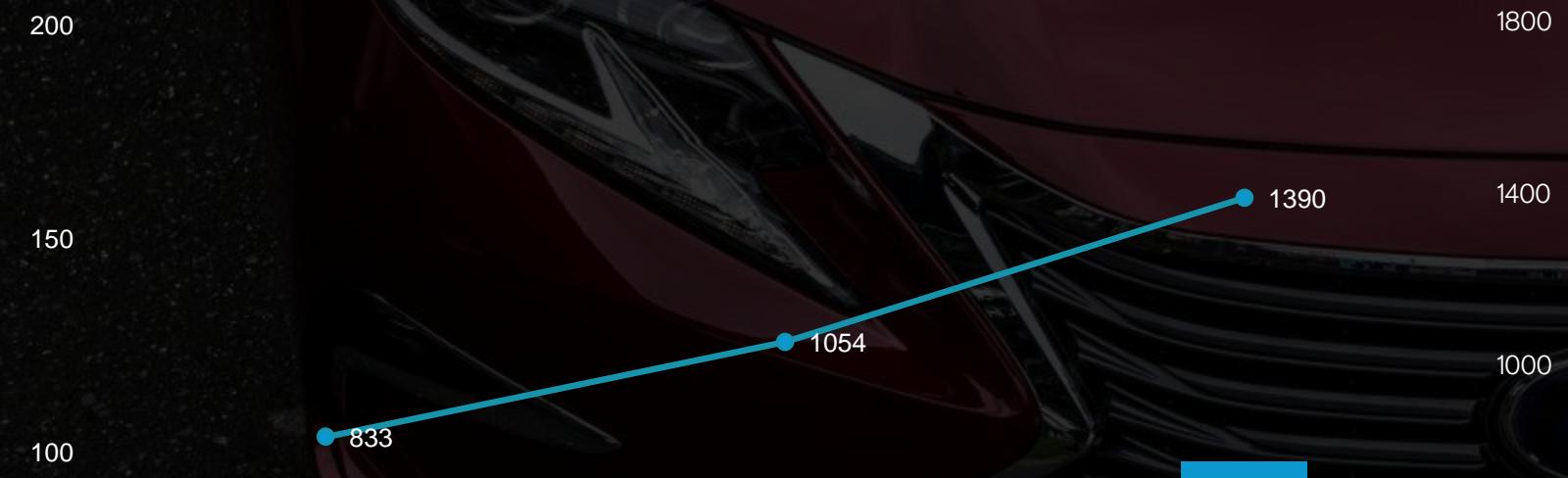
# 纯正精品销售概况

- 1、纯正精品销售概况
- 2、区域别销售状况
- 3、经销商排名状况
- 4、畅销品TOP 10

# 纯正精品销售概况



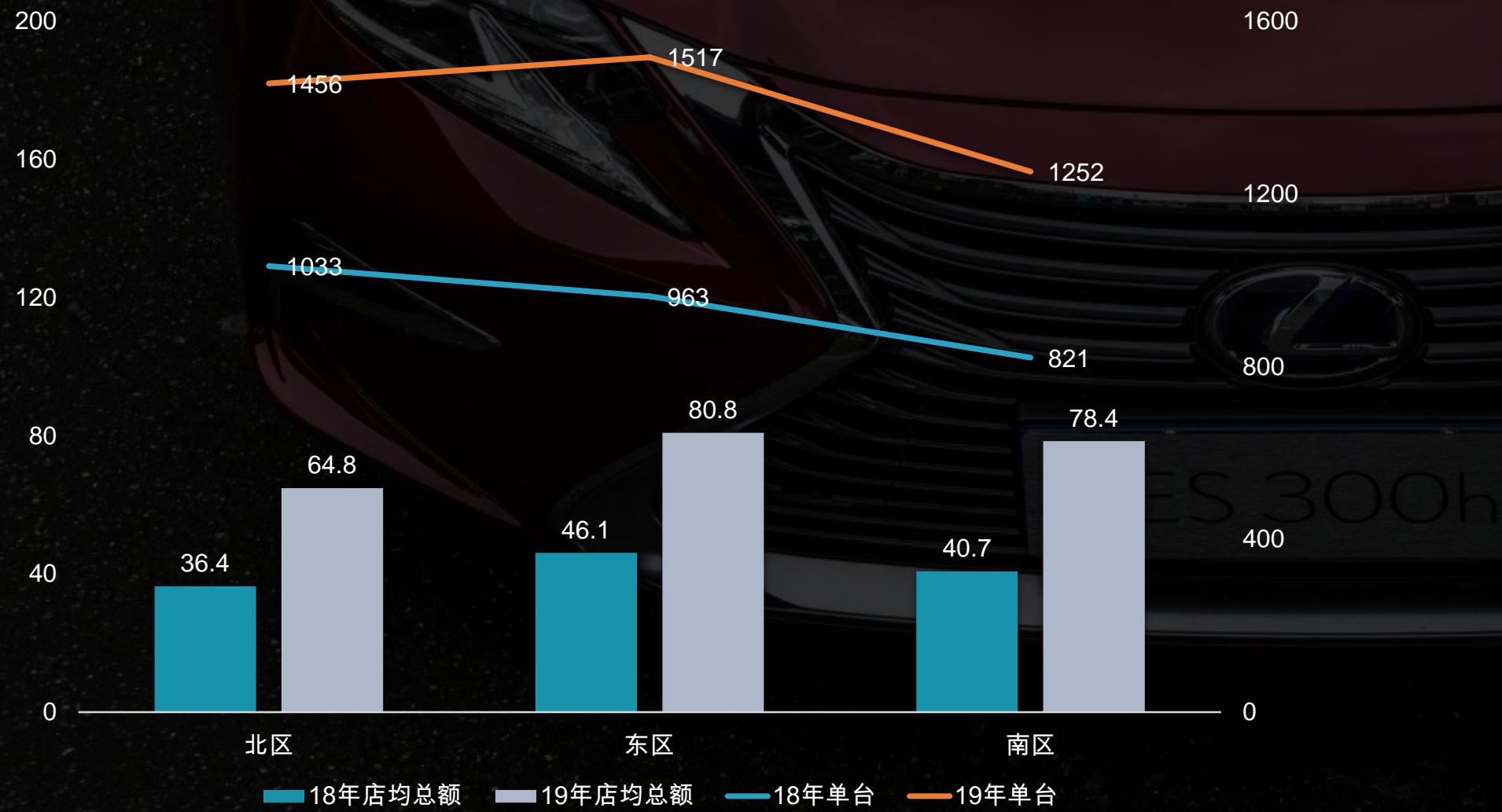
# 纯正精品销售概况



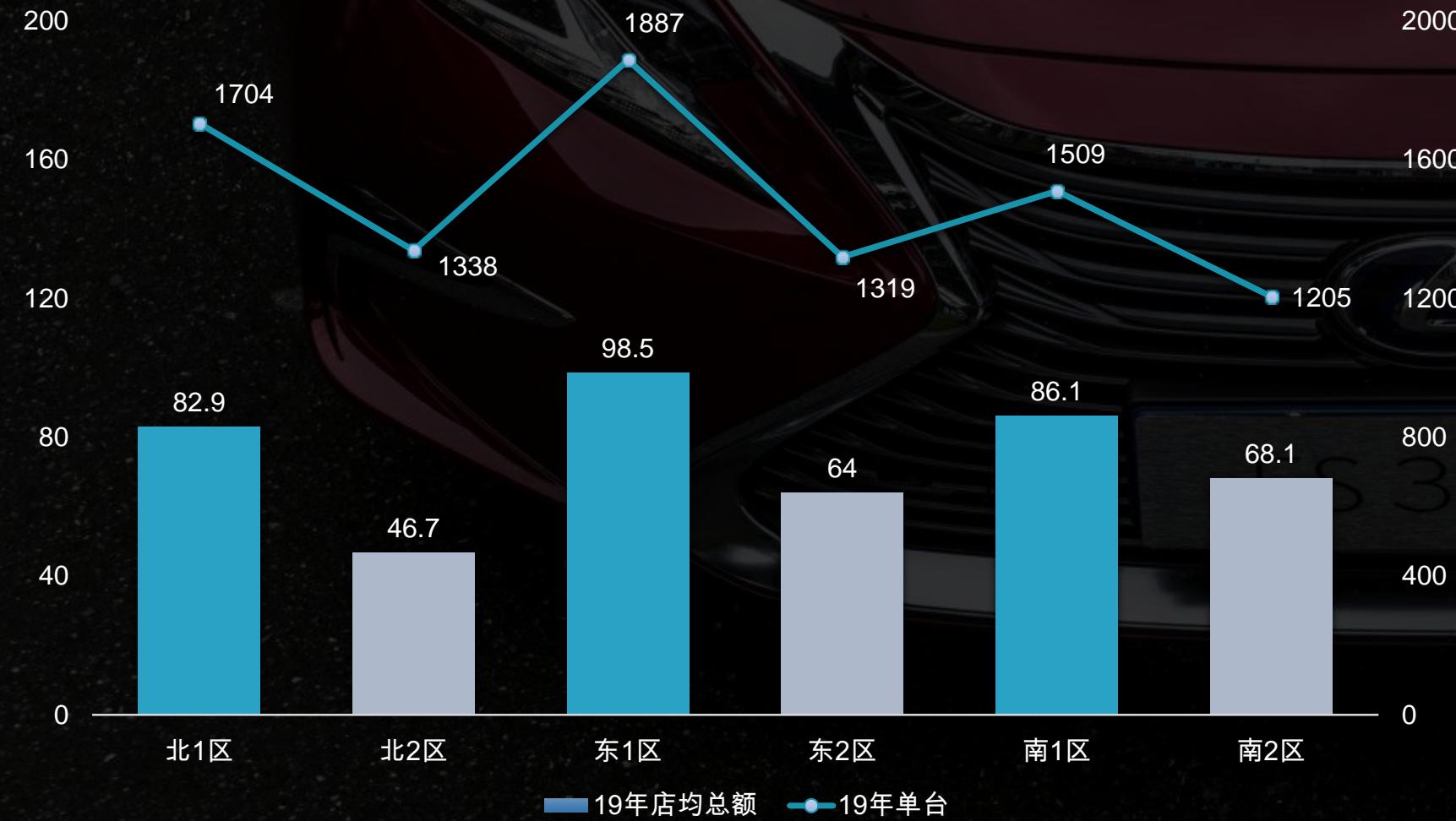
## 纯正达标店数及纯正单台快速增加



# 区域别销售状况



# 区域别销售状况



# 经销商排名状况-全国

## 纯正精品单台 全国前十名

深圳潮锋  
苏州常隆  
无锡常隆  
深圳深业  
徐州一豪  
无锡中升  
深圳宝安中升  
西安钧盛  
常熟伟杰  
长春东环

## 纯正精品总金额 全国前十名

苏州常隆  
深圳深业  
大连中升  
东莞美东  
浙江元通  
上海和凌  
无锡中升  
广州中升  
四川辰宇  
上海骏佳

# 经销商排名状况-北区

## 纯正精品单台 北一区前十名

西安钧盛  
长春东环  
大连中升  
北京和凌  
北京广通  
长春辰宇  
沈阳金廊  
北京博瑞  
营口百事佳  
包头信得惠

## 纯正精品单台 北二区前十名

郑州远达  
天津和凌  
唐山和凌  
郑州富达  
潍坊博瑞  
青岛世泰  
青岛金阳光  
临汾锦华  
保定轩宇  
济南利华晟

# 经销商排名状况-东区

## 纯正精品单台 东一区前十名

苏州常隆  
无锡常隆  
徐州一豪  
无锡中升  
常熟伟杰  
张家港伟杰  
连云港伟杰  
南京协众  
上海骏佳  
常州东昌

## 纯正精品单台 东二区前十名

嘉兴常隆  
浙江元通  
杭州凌通  
宁波常隆  
宁波慈溪骏佳  
宁波中升  
南昌和凌  
义乌广通  
武汉恒信  
杭州元通江滨

# 经销商排名状况-南区

## 纯正精品单台 南一区前十名

深圳潮锋  
深圳深业  
深圳宝安中升  
东莞美东  
佛山海八骏领  
佛山汇恒  
广州中升  
中山中裕  
珠海美东  
佛山骏领

## 纯正精品单台 南二区前十名

四川辰宇  
四川中达  
重庆和凌  
湖南骏佳  
贵阳通源  
成都通源  
南充通源  
长沙力天  
厦门远达  
泸州锦泰

# 经销商排名状况-价值链贡献奖

## 精品重点品目采购

### I 类店前十名

上海和凌  
苏州常隆  
宁波常隆  
大连中升  
沈阳金廊  
湖南骏佳  
上海骏佳  
无锡中升  
广州骏佳  
东莞美东

### II 类店前十名

南昌和凌  
北京和凌  
广州永佳  
汕头合和  
沈阳中晨  
佛山骏领  
长春东环  
中山中裕  
常州常隆  
常熟伟杰

### III 类店前十名

珠海美东  
南通东方嘉宇  
台州元丰  
北京博瑞翔腾  
江苏中佳  
临汾锦华  
呼和浩特嘉华  
肇庆汇恒  
赣州广虹  
包头信得惠

# LEXUS汽车精品销售前10位



1、行车记录仪



2、皮革行李箱垫



3、纯正隔热膜



4、皮革立体包围脚垫



5、侧门踏板



6、折叠后视镜



7、车载空气净化器



8、迎宾灯



9、烟灰缸



10、倒车雷达

# LEXUS生活精品销售前10位



1、钥匙包/扣



2、水壶/水杯



3、雨伞



4、拉杆箱



5、自行车



6、头枕腰枕套装



7、背包



8、玩偶



9、茶具



10、纸巾盒



# 2019年雷克萨斯 纯正精品回顾及新商品介绍

汽车用品企划开发品质室 企划品质课

艾雯

22/08/19



# CONTENTS

## 目录

Part 01

◆19年上半年回顾

Part 02

◆19年下半年预告

Part 03

◆未来新商品



# 19年上半年回顾

- 1、新商品回顾
- 2、销售支援活动概况回顾

# 2019年上半年新商品及销售支援活动概况回顾



2019/01



2019/05



雷克萨斯经销商全国用品大会

Now

2019/08/22

- ①20款UX车型专属产品，  
200套展示支援特价套装，  
与车辆同步发售
- ②第二弹太阳膜系列产品发售
- ③皮革立体包围脚垫对象车型扩大

- ①ES车漆保护膜补给包发售
- ②DVR对象车型扩大

# 新商品回顾-UX专属产品（外装 9款）

侧门踏板



前保险杠扰流板



后保险杠扰流板



车身装饰条



尾灯装饰条



车身彩贴



门把手彩贴



雨眉



挡泥板



## 新商品回顾-UX专属产品（内装 6款）



## 新商品回顾-UX专属产品（电子 3款）



迎宾照明踏板



自动折叠后视镜



空气净化器

# 新商品回顾-雷克萨斯纯正陶瓷隔热膜（进口）

畅享超清系列



尊享快干系列



尊享防护系列



# 新商品回顾-皮革立体包围脚垫对象车型扩大 (GS/IS/LX/CT)

设计灵感：凌光切子鹤羽折布



设计灵感：LX纺锤形前格栅

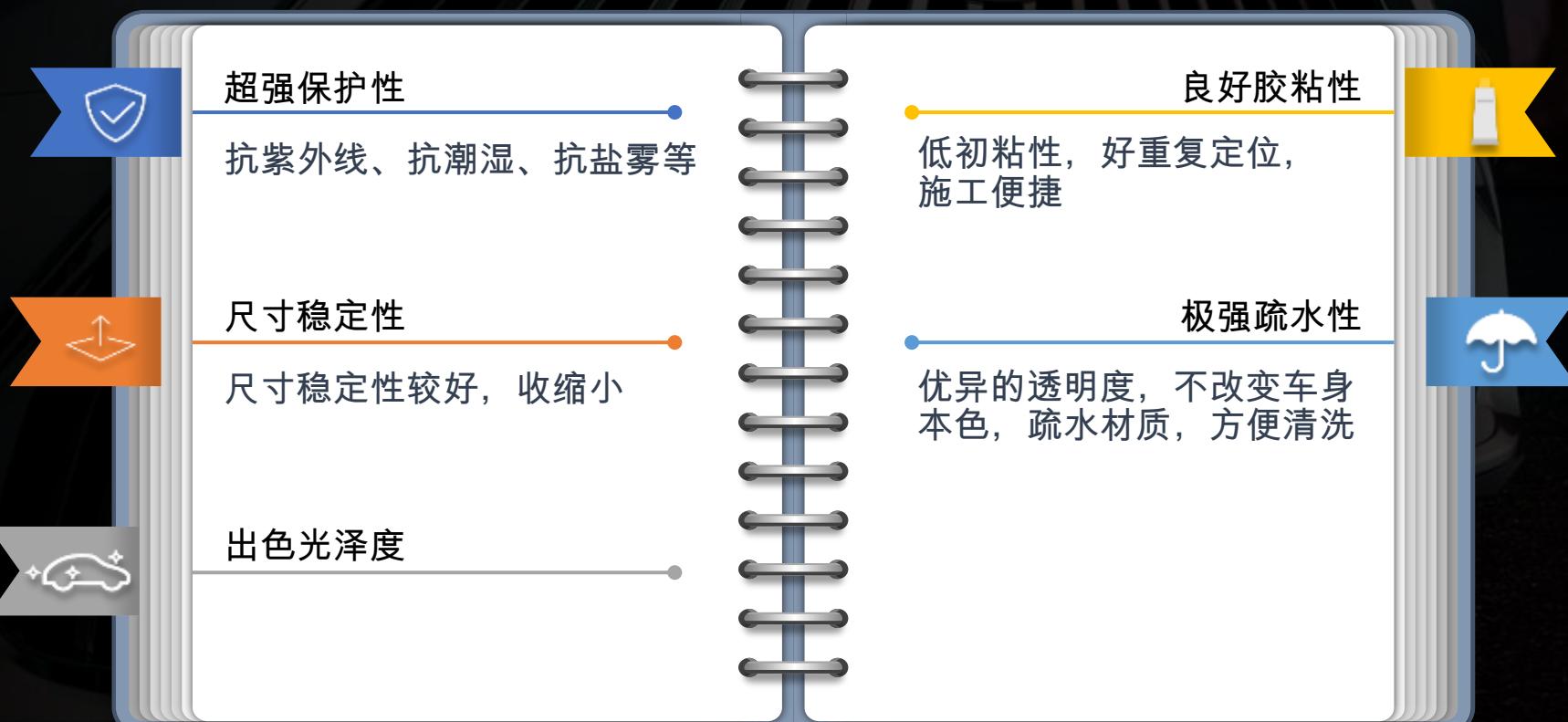


设计灵感：柔和且富有跃动感的线条



# 新商品回顾-ES专属车漆保护膜补给包

- 保护汽车漆面免受各种碎石、盐、酸雨、紫外线、鸟粪、油污、刮擦等伤害
- 提高原有车漆的亮度，媲美漆面镀晶



# 新商品回顾-ES专属车漆保护膜补给包



- 车漆保护膜A套餐—前保险杠+后保险杠
- 车漆保护膜B套餐—引擎盖+后视镜壳\*2

品名	适用部位	所需数量
车漆保护膜 补给包	前保险杠	11
	后保险杠	9
	引擎盖	17
※用于灵活定制或售后修补	后视镜壳 (单侧)	1

# 新商品回顾-DVR对象车型扩大 (UX/IS/LS)



- 行车记录仪 (带屏款)
- WIFI行车记录仪 (带屏款同造型)

品名	品番		适用车型	
	DIO	集中加装	Now (新增3款对象车型)	Before
行车记录仪 (带屏款)	PZD61-76400	PZD61-76400-P	CT/ES/NX/RX/ <b>UX/IS/LS</b>	CT/ES/NX/RX
WIFI行车记录仪 (带屏款同造型)	PZD61-76500	PZD61-76500-P		

# 销售支援活动概况回顾-UX展示支援

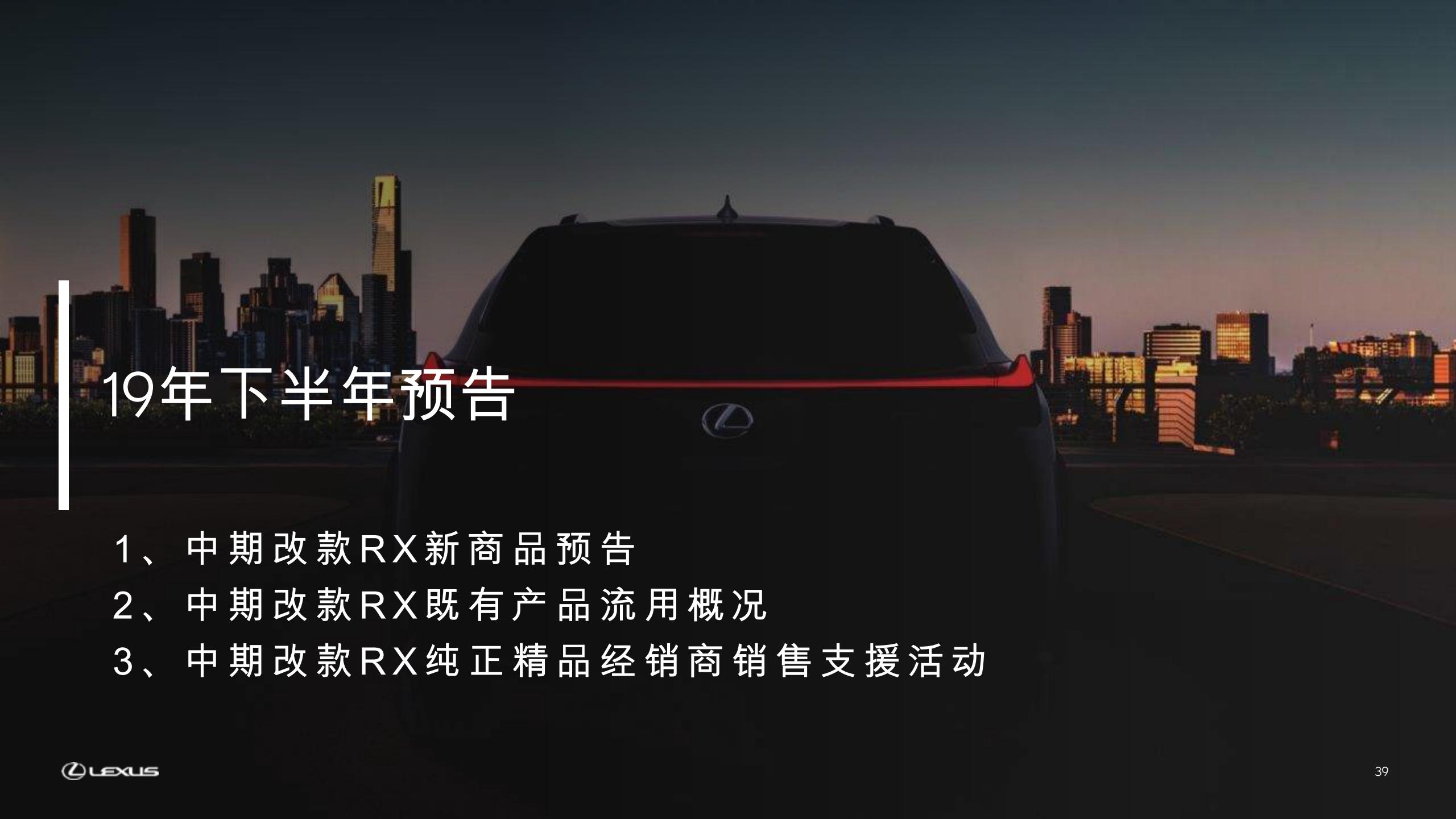
- 2019年1月正式发售
- DNP半价优惠
- 数量限定 (200套)
- 包含12款产品

No.	品名
1	前保险杠扰流板
2	后保险杠扰流板
3	车身装饰条
4	车身彩贴
5	门内把手贴
6	3D脚垫
7	雨眉
8	挡泥板
9	行李箱垫 (HV)
10	迎宾照明踏板 (FR2)
11	尾灯装饰条
12	自动折叠后视镜



## 销售支援活动概况回顾-纯正陶瓷隔热膜（进口）

- 2019年1月正式发售
- DNP6折优惠
- 数量限定（每店限购1次）
- 包含2款产品，共6套  
尊享防护系列（4套）+尊享快干系列（2套）

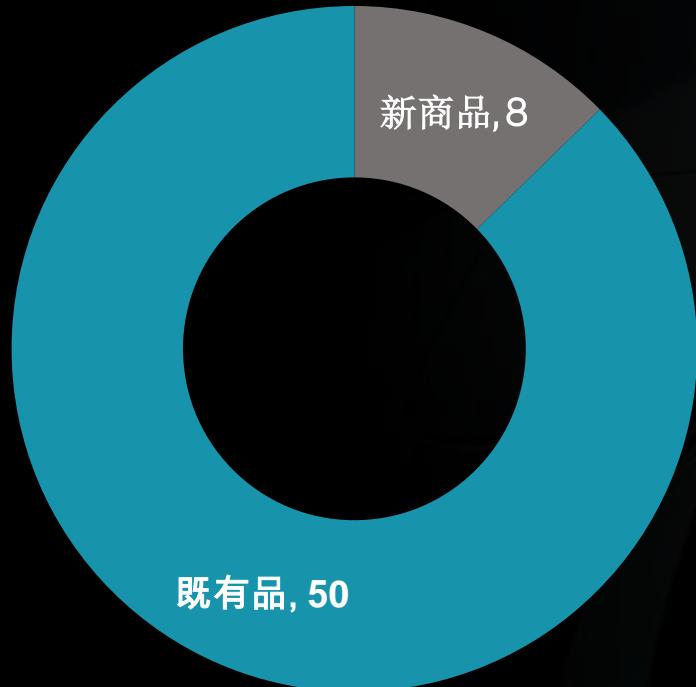


## 19年下半年预告

- 1、中期改款RX新商品预告
- 2、中期改款RX既有产品流用概况
- 3、中期改款RX纯正精品经销商销售支援活动

# 中期改款RX新商品预告

5款全新产品



外装精品：17个  
含新商品：2个

内装精品：15个  
含新商品：1个

电子精品：3个  
含新商品：5个

通用精品：15个

# 中期改款RX新商品预告



Multi inner mirror (w/DVR function) /  
流媒体电子后视镜 (带行车记录仪功能)

# 中期改款RX新商品预告

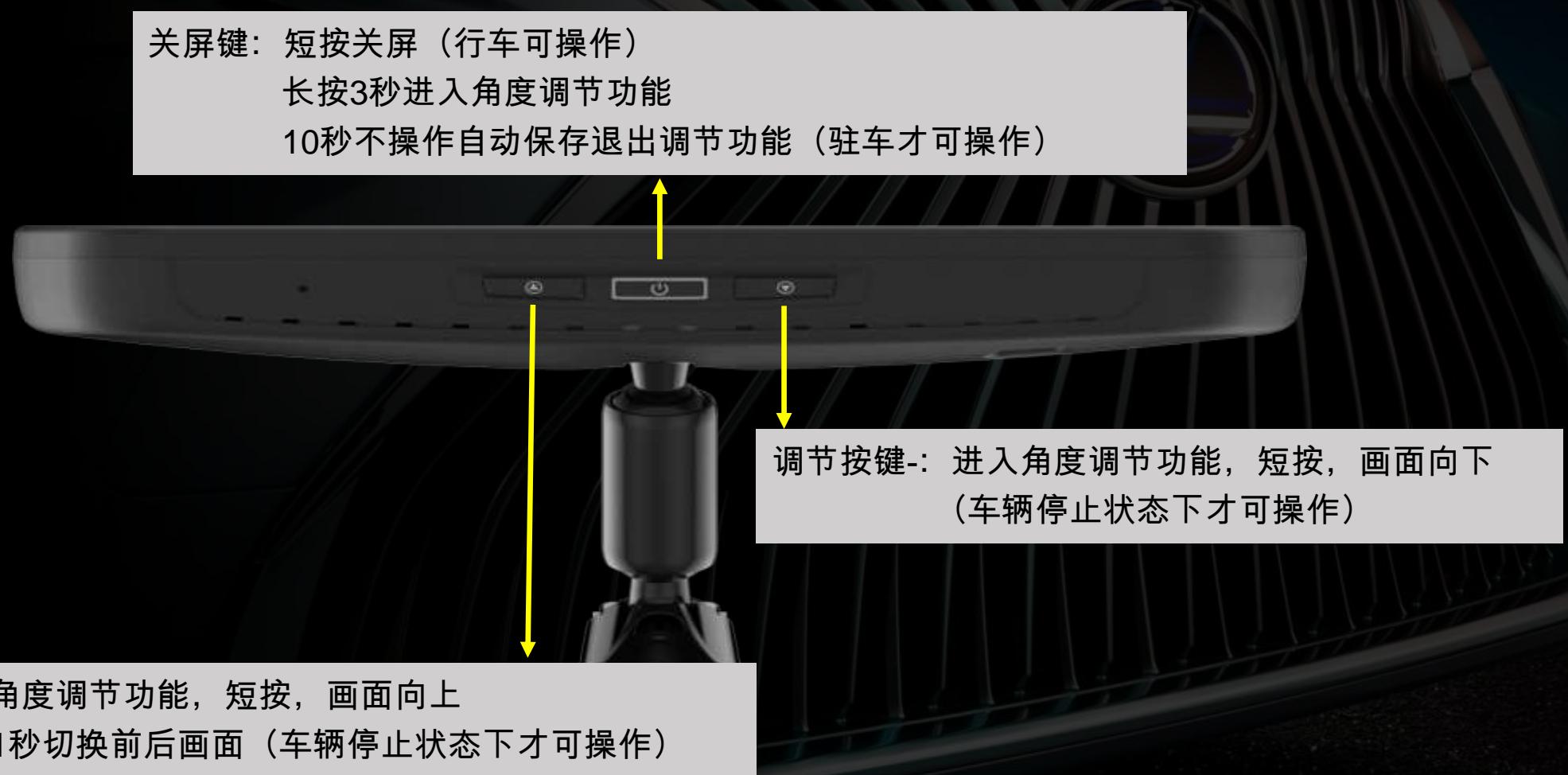


前摄像头

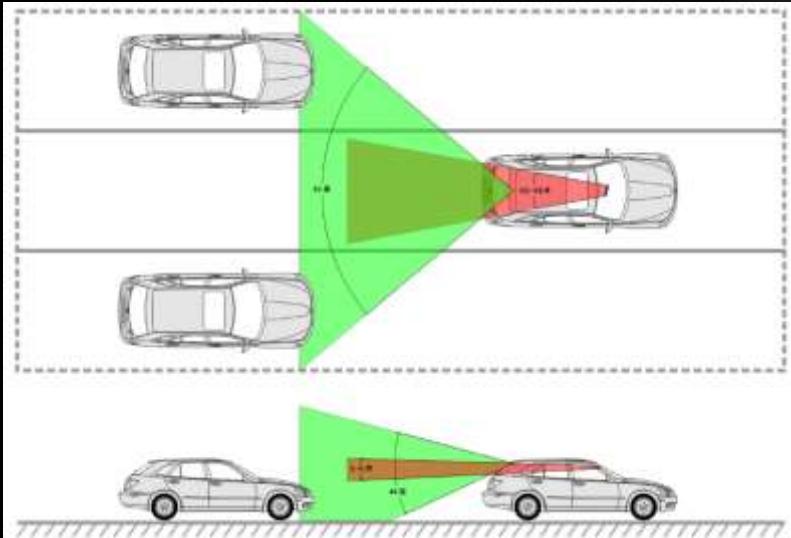
后摄像头

- 屏幕尺寸：9.35英寸
- 分辨率：1,280×320
- 前摄像头：分辨率 1,920×1,080
- 后摄像头：分辨率 1,280×720
- Micro SD卡：1个 (16G)

# 中期改款RX新商品预告



# 中期改款RX新商品预告



三倍视野

流媒体后视镜，水平角度约80度，  
垂直角度约40度

传统后视镜，水平角度约20-25度，  
垂直角度约5-8度

流媒体后视镜



物理镜



# 中期改款RX新商品预告

➤ 数字图像处理，改善眩目现象



➤ 微光夜视



物理镜

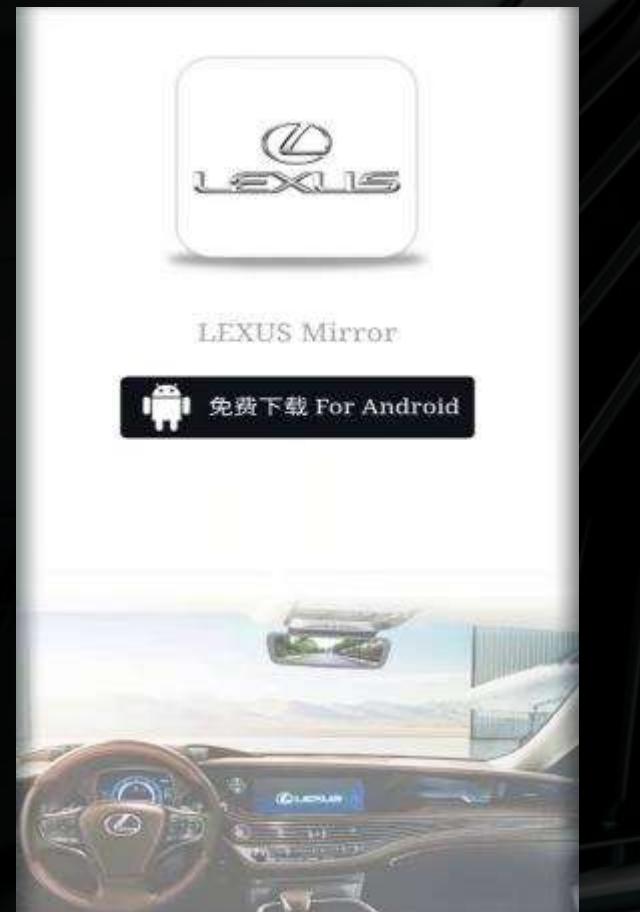


物理镜



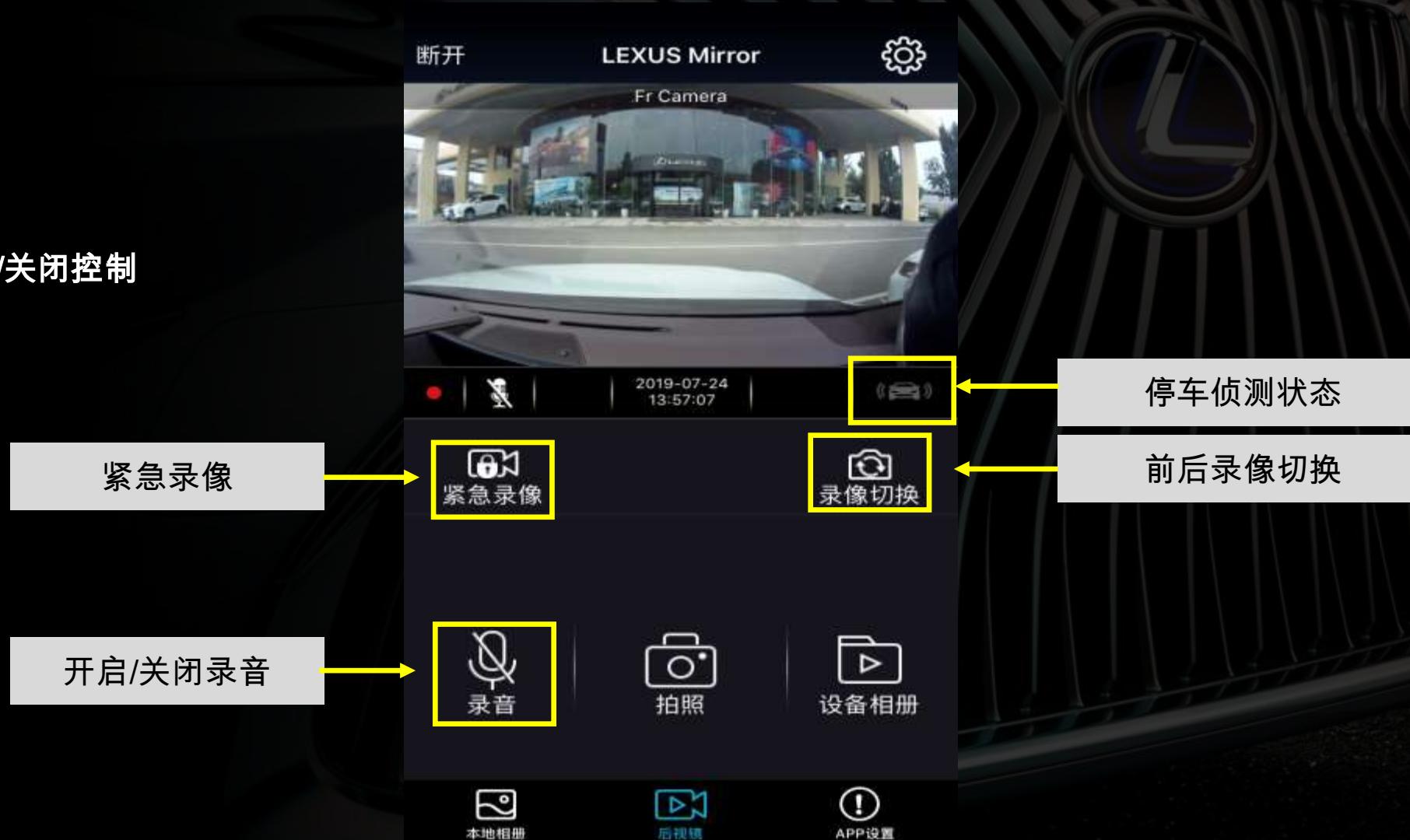
# 中期改款RX新商品预告

“LEXUS Mirror”APP操控（在线升级）



# 中期改款RX新商品预告

- 前后双录
- 紧急录像
- 停车侦测
- 录音开启/关闭控制



# 中期改款RX新商品预告

## ➤ 走行规制



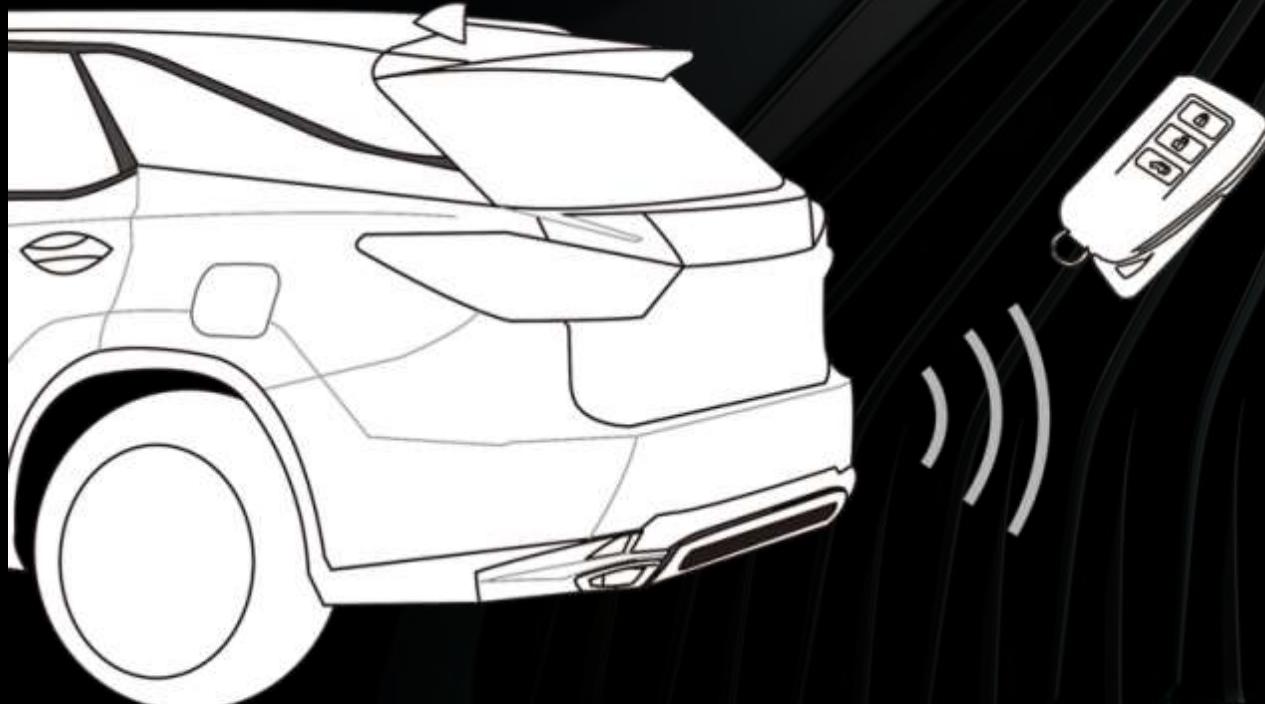
# 中期改款RX新商品预告



**Kick open system /**  
**脚踢式感应尾门 (与OE部品功能相同)**

# 中期改款RX新商品预告

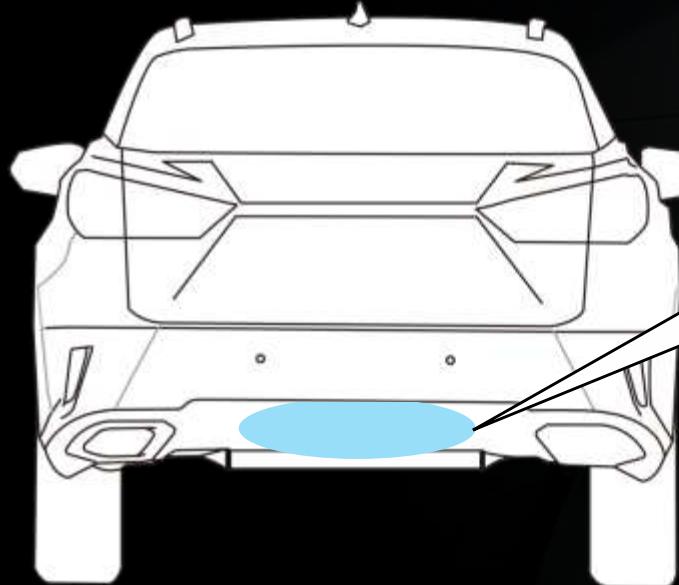
## 【使用条件】



► 钥匙需距离车1米内

# 中期改款RX新商品预告

## 【使用方法】



后保险杠下方  
蓝色位置为脚  
踢感应范围



# 中期改款RX新商品预告

## Wireless charger / 无线充电器

纯正精品（充电中）



OE部品



### 【产品优势】

- ▶ 充电感应范围更广
- ▶ 充电耗时更短

# 中期改款RX新商品预告

Running board / 侧门踏板



# 中期改款RX新商品预告

Front bumper garnish / 前保险杠装饰件

加装前



加装后



# 中期改款RX新商品预告

## 【中期改款RX新商品一览表】

No.	中文名称	英文名称	品番	适用级别
1	流媒体电子后视镜 (带DVR功能)	Multi inner mirror (w/DVR function)	PZD65-48001	全级别
2	脚踢式感应尾门	Kick open system	PZD81-48010	RX300 舒适版 RX300 典雅版
			PZD81-48020	RX300 F SPORT
			PZD81-48030	RX450h 典雅版
			PZD92-48010	RX300 精英版
4	侧门踏板 (典雅版)	Side step (Elegance type)	PZD50-48020	全级别
5	前保险杠装饰件	Front bumper garnish	PZD38-48010	除RX300 F SPORT
6	皮革行李箱垫 (6座/7座)	3D Luggage tray (6 seater/7 seater)	PZD01-48012	RX450hL
7	迎宾灯	Welcome light	PZD60-48001	全级别
8	迎宾照明踏板 (白色光, 带室内氛围灯和足底灯)	Scuff Illumination (White, w/Ambience lamp and Foot lamp)	PZD64-48760	RX450hL 典雅版7座

# 中期改款RX既有产品概况

## 【中期改款RX既有产品一览表】

No.	中文名称	No.	中文名称	No.	中文名称	No.	中文名称	No.	中文名称	
1	高级脚垫 (豪华型)	11	皮革行李箱垫	21	滑雪用具收纳包 (女款)	31	车顶自行车支架 (右固定)	41	雷克萨斯纯正纳米隔热膜 高清无阻系列	
2	高级脚垫 (运动型)	12	迎宾照明踏板 (白色光)	22	遮阳挡 (附高级专用收纳包)	32	滑雪双板/单板支架 (6对双板或4个单板)	42	雷克萨斯纯正陶瓷隔热膜 尊享防护系列	
3	背掀门镀铬装饰件	13	迎宾照明踏板 (蓝色光)	23	雨伞收纳 <b>50款 既有产品</b>	33	车顶行李箱	43	雷克萨斯纯正陶瓷隔热膜 尊享快干系列	
4	后门踏板护板	14	车门把手3D彩贴 (炫动黑)	24	后排车窗遮阳帘	34	车身侧下护板 (普通版)	44	雷克萨斯纯正陶瓷隔热膜 畅享超清系列	
5	雨眉	15	车门把手3D彩贴 (混动蓝)	25	运动型行李架	35	车身侧下护板 (F SPORT版)	45	烟灰缸	
6	车身侧镀铬装饰件	16	室外用车衣	26	麂皮绒座椅套	36	WIFI手机联动行车记录仪	46	便携式冷藏挎包	
7	侧门踏板 (豪华版)	17	全天候脚垫	※详细信息请参阅上市通知			37	行车记录仪 (带屏款)	47	宠物篮
8	炫黑外后视镜壳	18	铝合金歇脚板	28	车载空气净化器	38	WIFI行车记录仪 (带屏款同造型)	48	轮毂防盗螺母	
9	挡泥板	19	座椅靠背收纳包	29	车顶行李架	39	雷克萨斯纯正纳米隔热膜 智能变色系列	49	车牌防盗螺母	
10	皮革立体包围脚垫	20	滑雪用具收纳包 (男款)	30	车顶自行车支架 (左固定)	40	雷克萨斯纯正纳米隔热膜 高效防晒系列	50	反光背心	

# 中期改款RX纯正精品经销商销售支援活动

【新商品经销商试乘试驾车展示支援套装】

No.	品名	数量限定	特惠DNP (未税)	原价DNP (未税)
1	流媒体电子后视镜			
2	脚踢式感应尾门			
3	无线充电器	1套/店	3,427	5,953
4	侧门踏板 (典雅版)			
5	前保险杠装饰件			

6折优惠

# 未来新商品

未来新商品导入及车型扩大计划

# 未来新商品导入及车型扩大计划

## 流媒体电子后视镜车型扩大计划

RX



ES



NX



9月

UX



CT



LS



10月

# 未来新商品导入及车型扩大计划

脚踢式感应尾门对象车型扩大

RX



2019年8月～

RX



2017年12月～2019年7月

NX



2017年9月～

9月

# 未来新商品导入及车型扩大计划

车漆保护膜对象车型扩大

9月

RX



NX



UX



LS



LC



CT



# 未来新商品导入及车型扩大计划

Mark Levinson车型扩大计划

10月



RX

2015年10月～2019年7月



【适用级别】  
RX300 F SPORT  
RX450h 豪华版

# 未来新商品导入及车型扩大计划

## 雷克萨斯行车记录仪新商品导入计划

DNP





# 2019年雷克萨斯 生活精品信息分享

销售生活精品室 雷克萨斯生活精品课

郭子龙

22/08/2019

# CONTENTS

Part 01

◆生活精品现状

Part 02

◆业务方向

Part 03

◆关于新商品

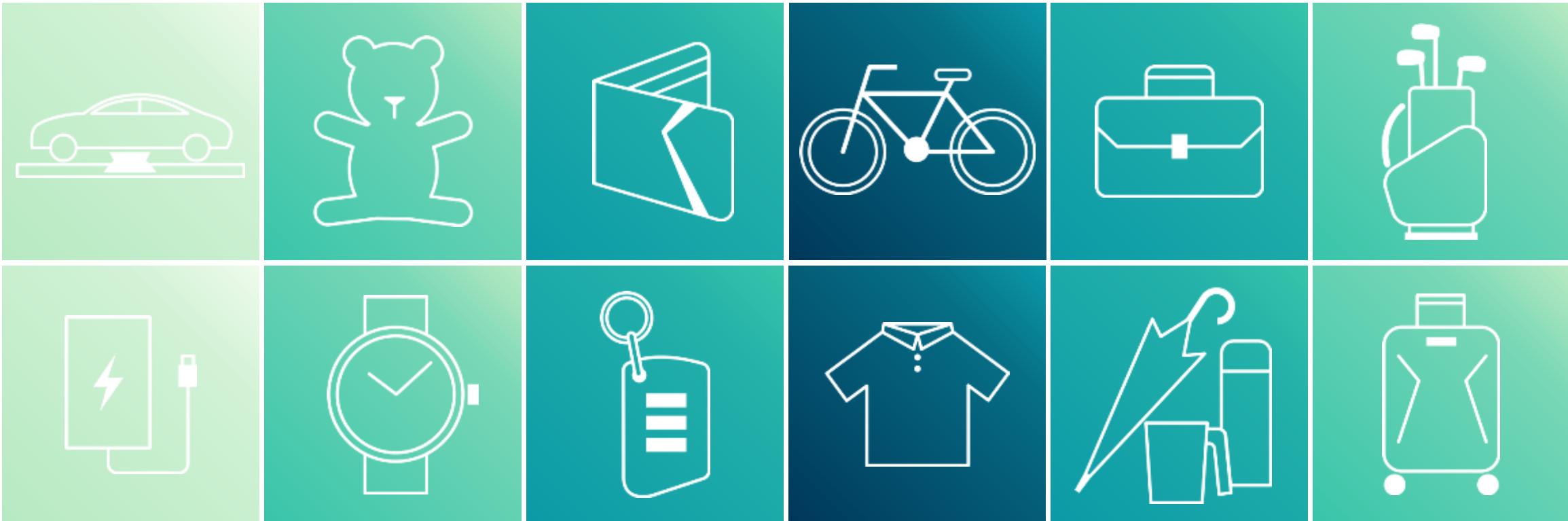
Part 04

◆展品与调查

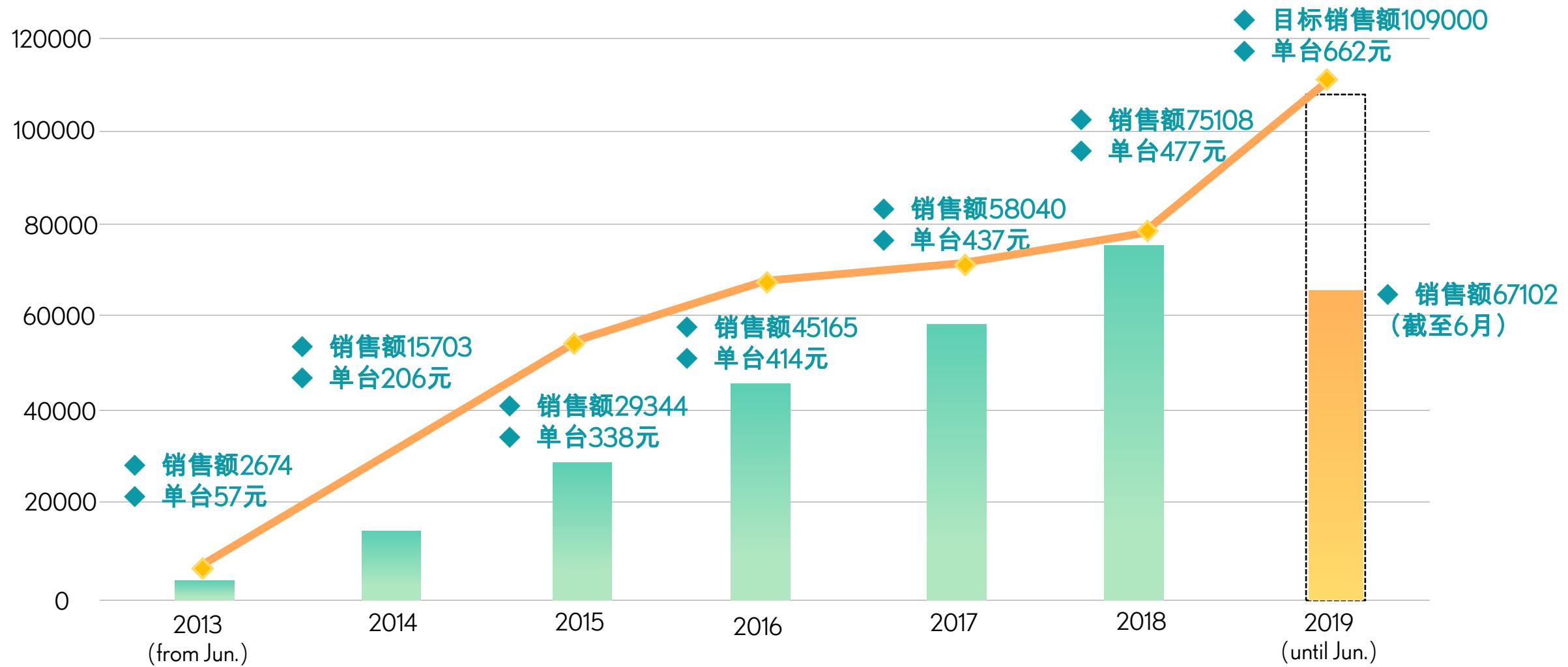
## 生活精品现状

- 1、产品线构成
- 2、销售额表现

# 产品线构成



# 销售额表现



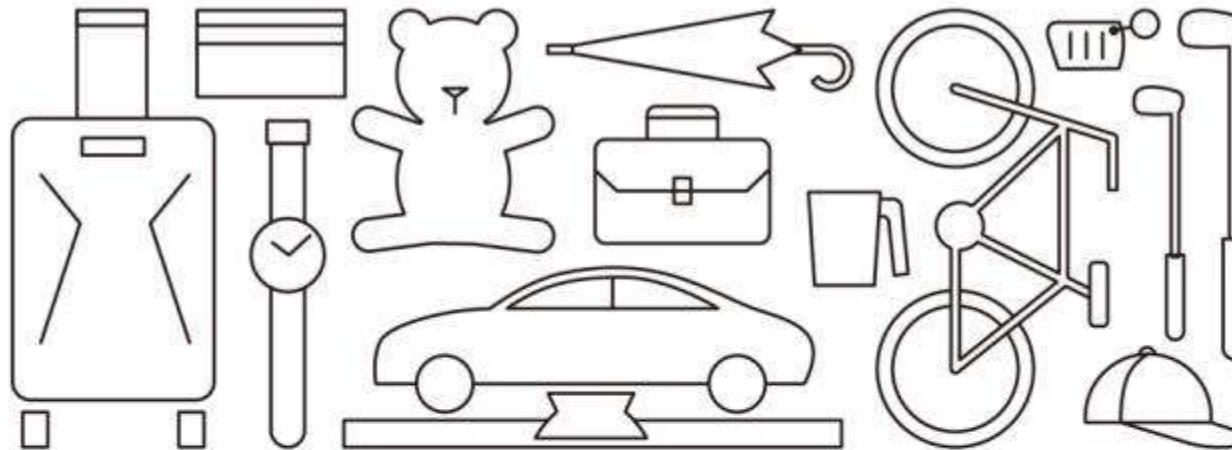
## 生活精品现状

说明生活消费品的受重视度、收藏意愿和购买意愿都在提升，  
生活方式有品质感的消费者逐年上升，  
生活方式有品质感的消费者逐年上升，

# 业务方向

- 1、业务宣言、业务目标
- 2、深化【理念】
- 3、产品金字塔
- 4、LEXUS COLLECTION与经销商的关系

# 业务宣言



## Offering Delight

— LEXUS COLLECTION —

# 业务目标

提升

为提升品牌影响力作出贡献

推动

间接推动整车销售

收益

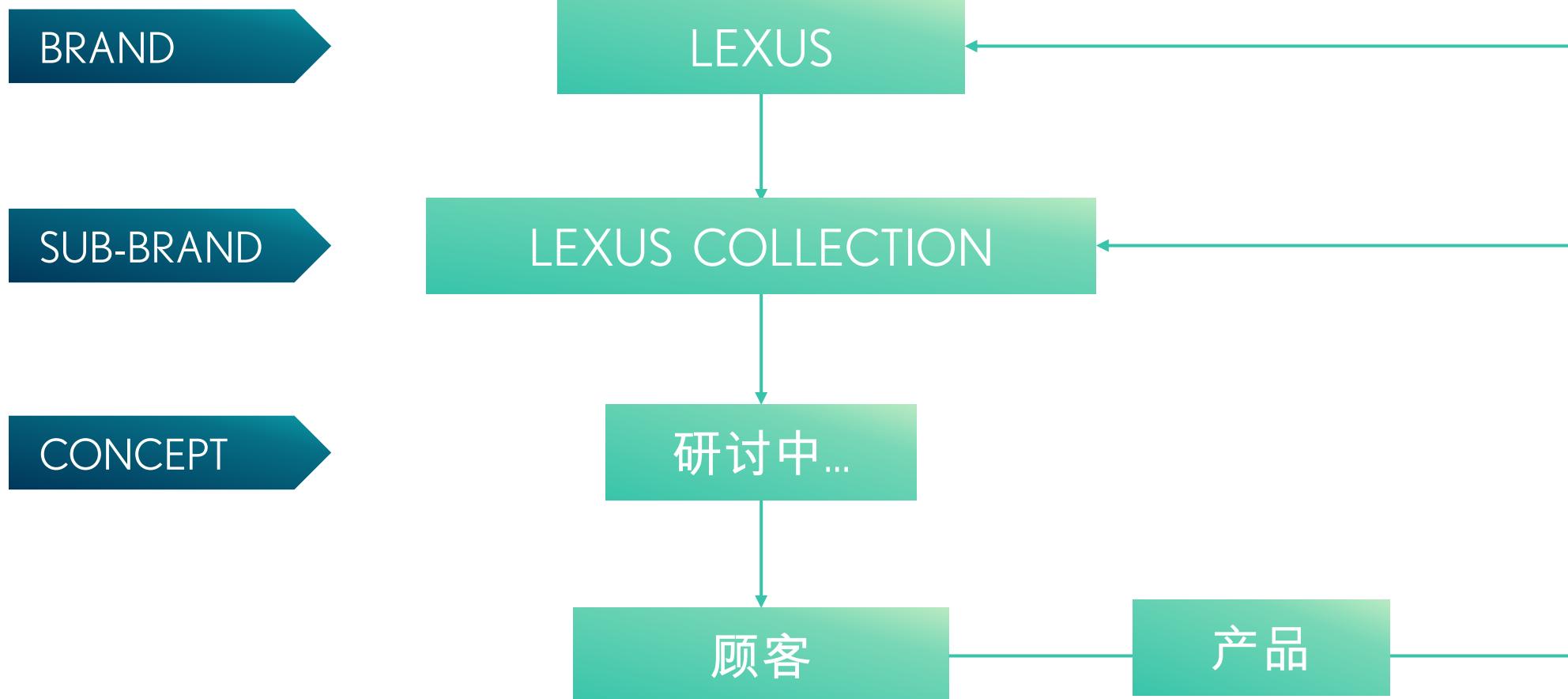
增加经销商和DIST的收益

# 深化【理念】

LEXUS COLLECTION希望带给人们怎样的感受?



# 深化【理念】



# 产品金字塔



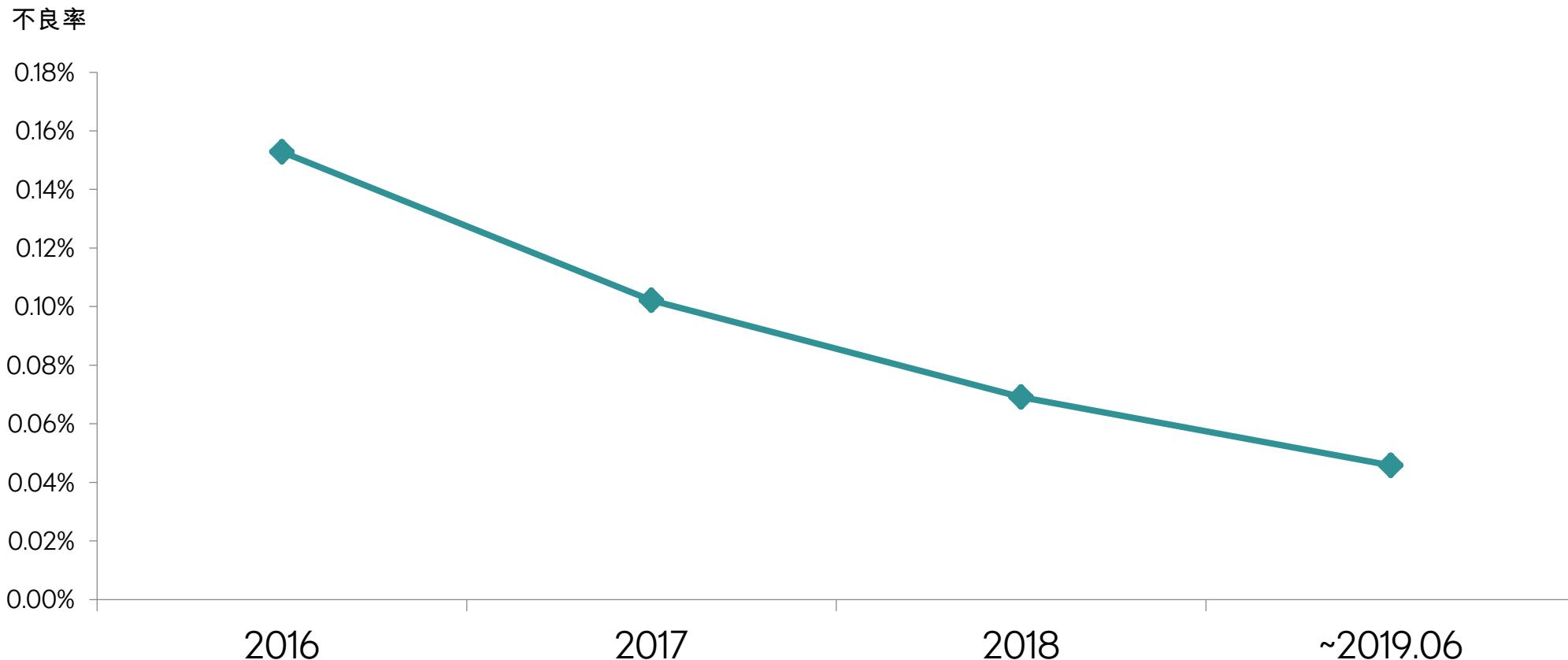
# LEXUS COLLECTION与经销商的关系



强化  
品质

# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

## 强化品质



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

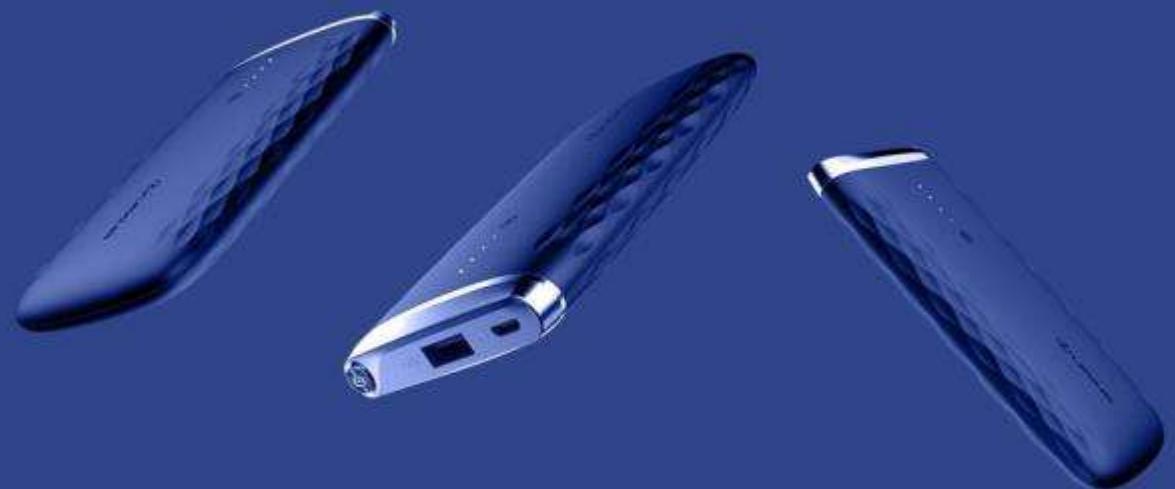


强化  
品质

强化  
设计



ORIGINAL  
DESIGN

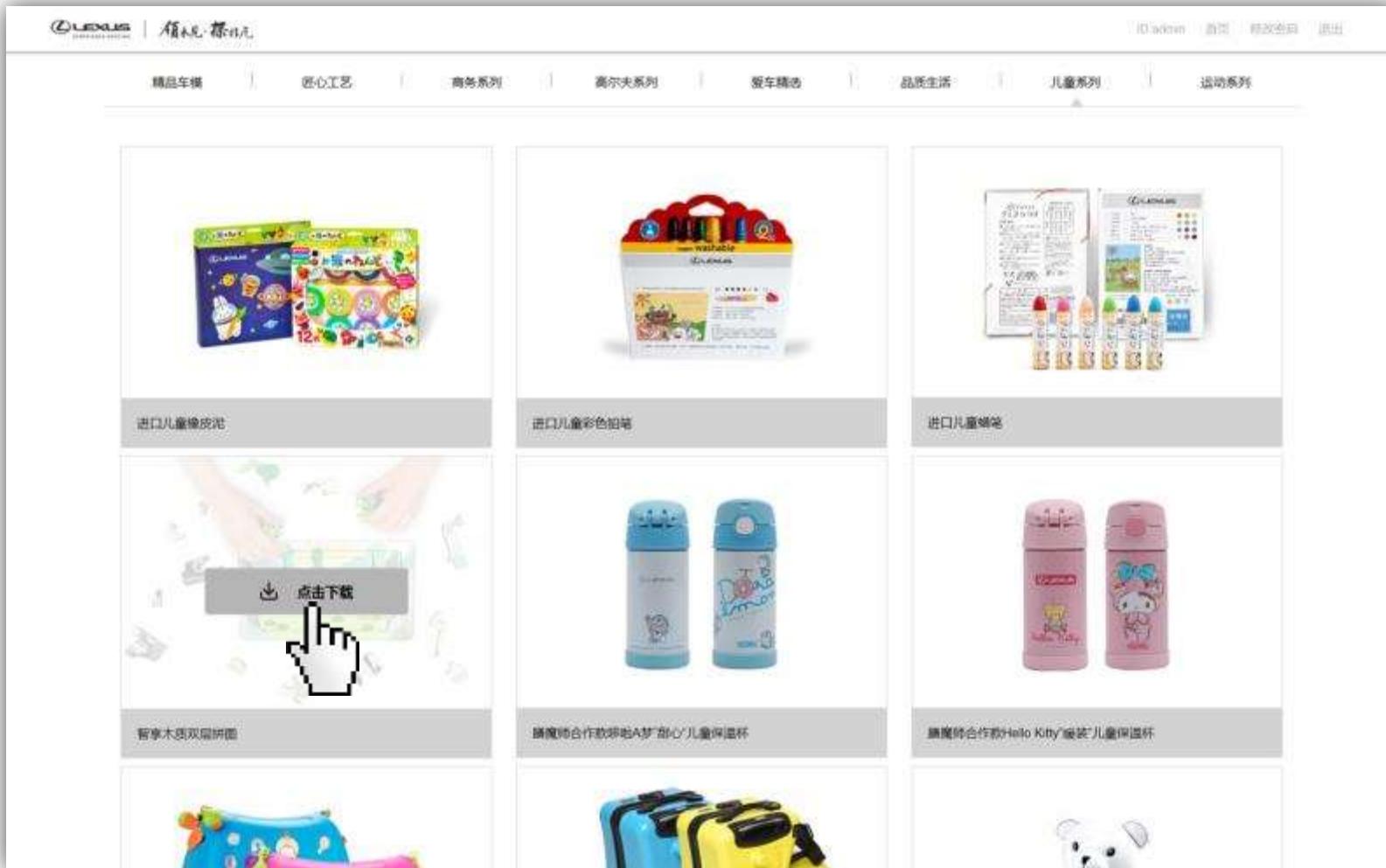


# LEXUS COLLECTION与经销商的关系



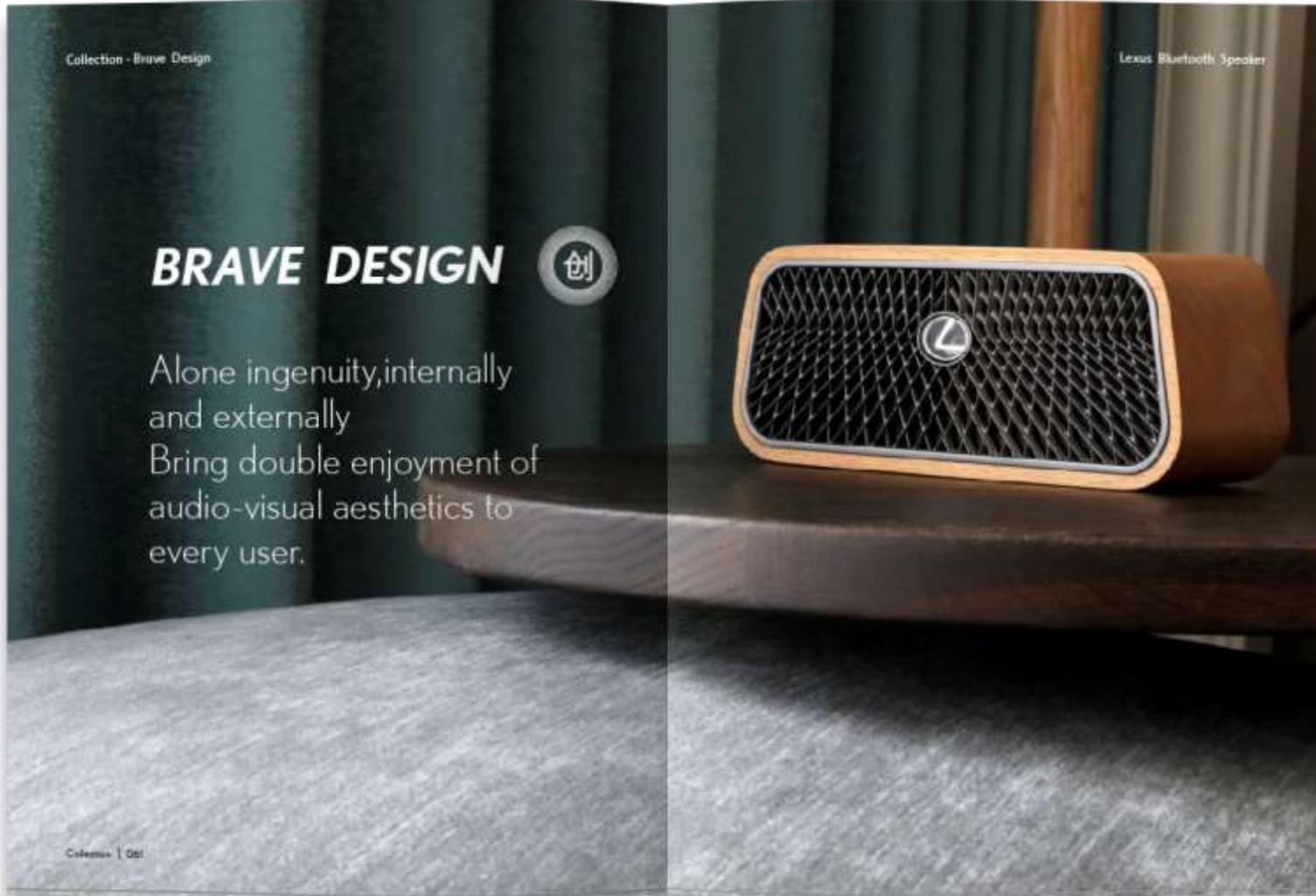
# LEXUS COLLECTION与经销店的关系

## 强化宣传-素材库



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

## 强化宣传-图册



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

## 强化宣传-单页



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系 强化宣传-单页



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

## 强化宣传-宣传视频



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

## 多方协作支援经销商

与【销售策略企划部】协作：

- ▶ 5款百万台限量纪念商品
- ▶ 1套感恩活动文具礼盒
- ▶ 百万台胸针

活动支援



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

## 多方协作支援经销商

与【销售策略企划部】协作：

新款RX 300上市特别款（随车赠送）

▶ 1000个雷克萨斯拉杆箱

销售支援



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

## 多方协作支援经销商

与【销售部】协作：

面向ES延迟交车

- ▶ 5000个雷克萨斯拉杆箱

顾客关怀



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系

## 多方协作支援经销商

与【客户服务地区运营部】协作：

支援e-LEXUS CLUB抽奖活动奖品

- ▶ 一等奖：车载冰箱
- ▶ 二等奖：五福临门杯
- ▶ 三等奖：F Sport钥匙扣

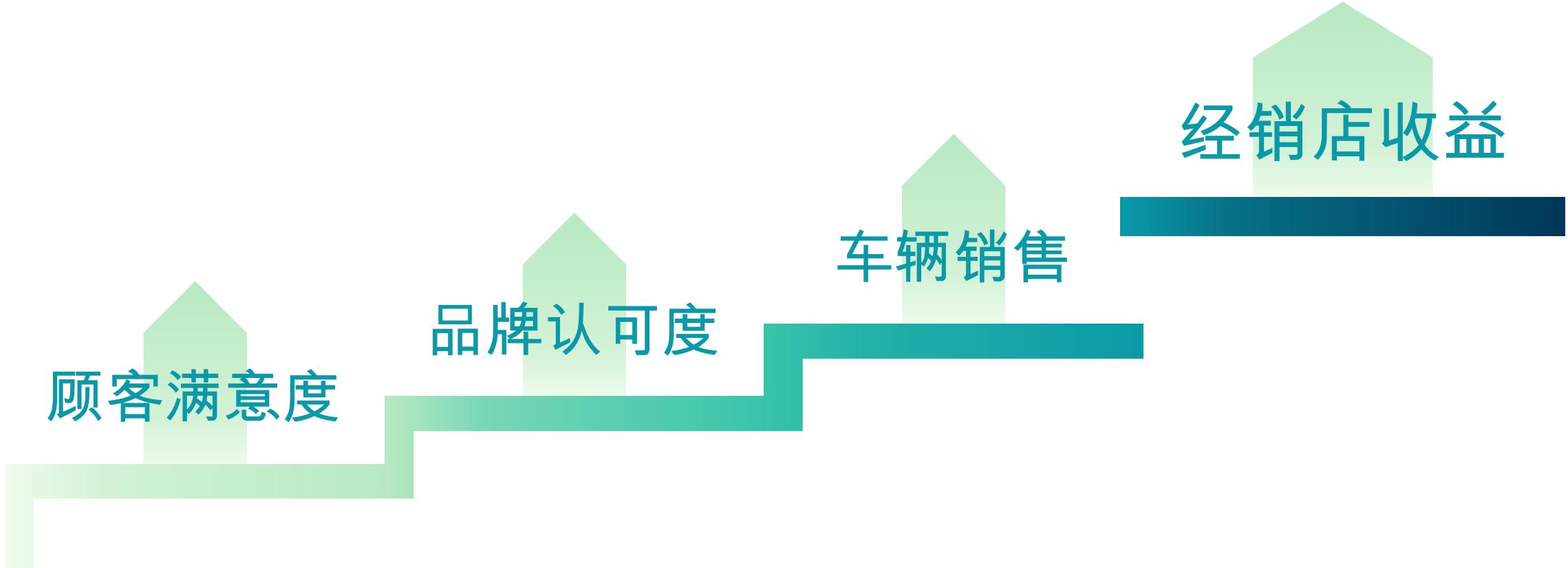
顾客维系



# LEXUS COLLECTION与经销店的关系



# LEXUS COLLECTION与经销商的关系



## LEXUS COLLECTION与经销店的关系

**品牌的宣导者即是品牌之受益者！**

# 关于新商品

- 1、新商品关键词
- 2、儿童产品的丰富
- 3、节日祈福系列
- 4、匠心元素
- 5、联名合作

# 新商品关键词

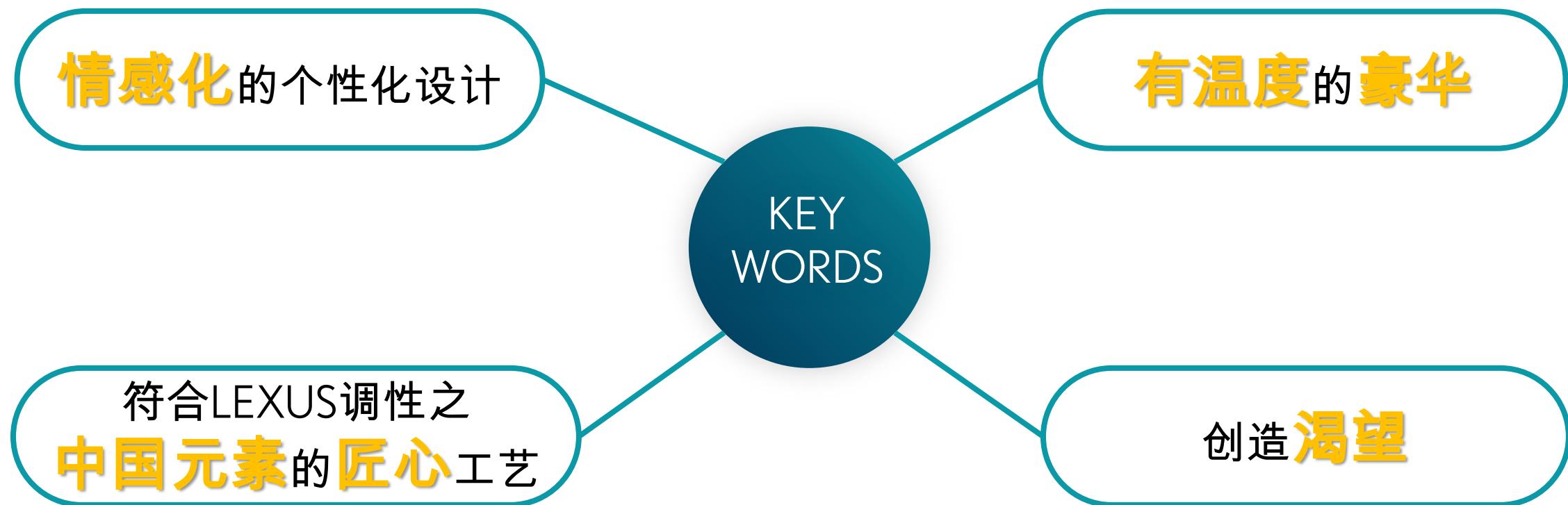
COLLECTION INSPIRATION

主导思想

LEXUS一直致力于不断创造，  
并使LEXUS成为一个令全球敬仰的生活方式品牌，  
一个可以创造无与伦比的体验感受的品牌。

——引自《LEXUS BRAND BOOK》

## 新商品关键词



# 儿童产品的丰富 场景：寓教于乐



进口儿童彩色铅笔  
33CNCL170030A

DNP 53 | MSRP 160



DNP 53 | MSRP 160

进口儿童橡皮泥  
33CNCL170031  
DNP 95 | MSRP 320



进口儿童蜡笔  
33CNCL170023A  
DNP 77 | MSRP 209

## 儿童产品的丰富 场景：户外



儿童滑步车  
02CNCL180031 / 02CNCL180043

DNP 688 | MSRP 1599

儿童产品的丰富  
场景：玩耍



智享木质双层拼图  
33CNCL190011

DNP 95 | MSRP 280

## 儿童产品的丰富



COMING SOON...

图片来源于网络

# 节日祈福产品

五福临门杯 (2018年中秋--已上市)

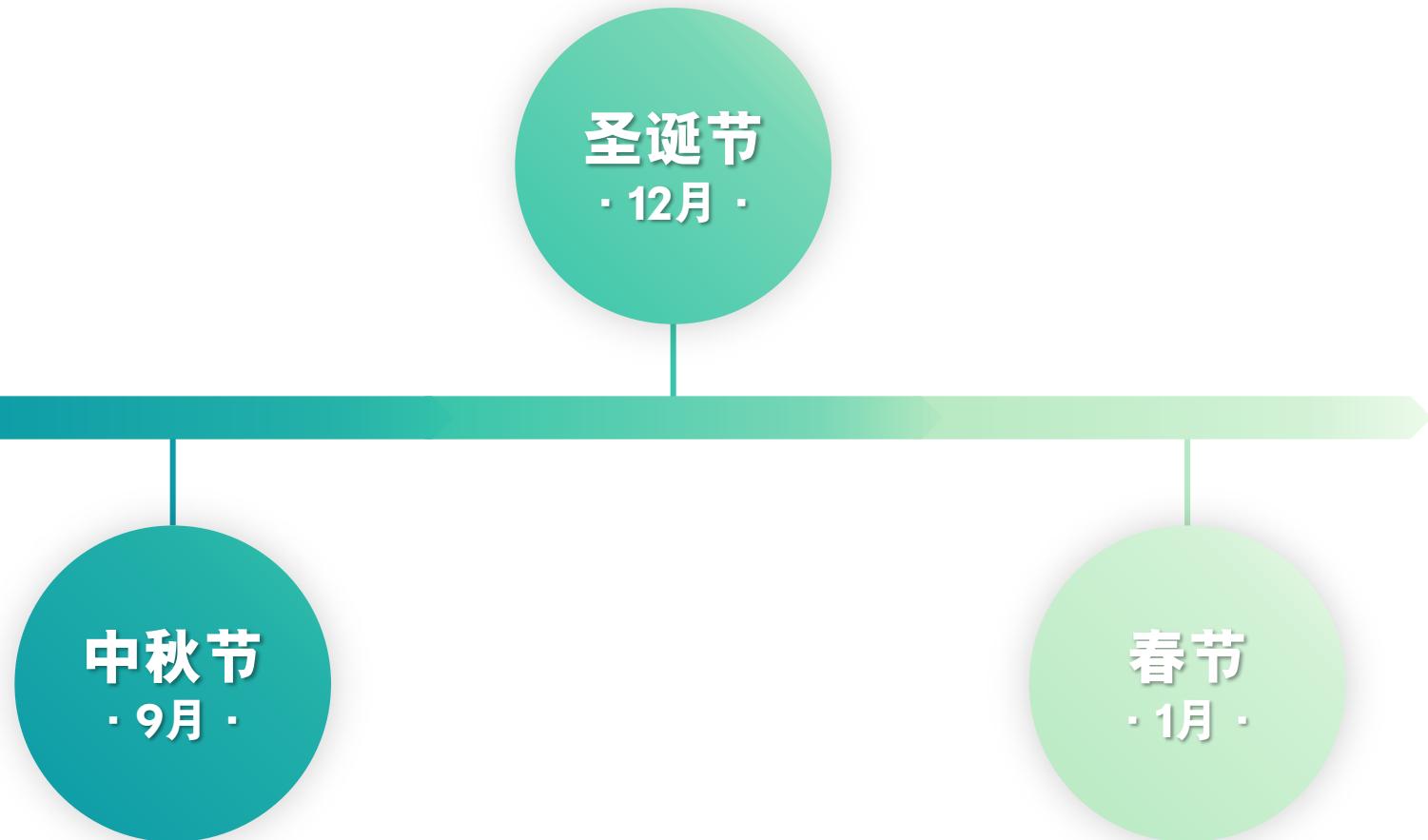


箸事如意-筷碟套装 (2019年春节--已上市)



雷克萨斯正不断将感性融入品牌，  
打造有温度的豪华，迎合各种节日氛围而推出的特别产品，正是一种情感化的体现。

# 节日祈福产品



中秋节

月-紫砂茶具

20CNCL190035

DNP 796 | MSRP 1598

团圆 细腻精致 文化底蕴



# 圣诞节

产品研讨中…



浪漫 节日气氛 趣味性

春节

方案设计中…

团聚 祈福 欢聚一堂

匠心元素

匠心  
由车及物

以物悦人

竹丝扣瓷·品茗杯——源于四川的非遗工艺

匠心元素



匠心  
由车及物

以物悦人

水晶切子直杯——源于日本江户时代的手工艺



对  
产品细节  
执着追求

以  
匠心精神  
做产品

# 多领域合作



# 展品与调查

- 1、展品构成
- 2、问卷调查



# 展品构成

共103件展品

## 已上市商品

切子元素女士腕表

切子直杯

智享木质双层拼图

共36件展品

百万台限量产品

溢彩系列小皮具

...

## 即将上市商品

“至纯之音”专属木质蓝牙音箱

铝合金行李箱

驾照夹/行驶证夹套装

共30件展品

探享运动旅行包

金属木制钥匙链

...

## 新商品意向

G-SHOCK 运动手表

时尚轻量背包

动物儿童书包

共37件展品

LEXUS × STANLEY 合作系列

白酒器

...

## 问卷调查——注意事项



展品售价均为**保密信息**，请勿截图转发分享。



问卷分**开放式问题**和**新商品调查**，请**分别**提交！



对于全部答题并提交的同事，我们会寄送礼品；  
如有被列入采纳范围的**建设性意见**，我们将寄送  
**特别礼物**以示感谢！

# 问卷调查——开放式问题



# 问卷调查——新商品调查



## 拜托事项

你们的意见对于**新商品的设定**

**具有很重要的意义！**

**请配合调查问卷！**



# 纯正精品与市贩品的对比

汽车精品企划开发品质室 电子课

张真

22/08/19

# CONTENT

## 目录

Part 01

◆流媒体后视镜

Part 02

◆尾门脚踢感应系统

Part 03

◆车载无线充电器

Part 04

◆侧门踏板



# 流媒体后视镜

# 流媒体后视镜-结构式样

纯正精品-RX专车专用



前摄像头

后摄像头

市贩品-通用捆绑式



- ▶ 纯正精品优点：匹配度高，CCC认证，稳定性好

# 流媒体后视镜-结构式样

性能参数	纯正精品	市贩品
屏幕	耐高温	受热容易花屏、偏色
感光功能	根据周围环境，自动调节屏幕亮度	无自动感光功能
前镜头	外拉前摄像头粘贴前挡风玻璃，视角无遮挡	一体化前摄像头，录像画面有缺失
后镜头	人眼原生视角，图像处理不变形	广角视角，图像变形失真
画面延时	<75ms，顺畅不卡顿	>140ms，系统局限，容易卡顿死机
行车规则	行车中，禁止操作，保证用户行车安全	无限制，用户可随意操作，存在安全隐患
法规认证	通过CCC认证和EMC实验 并符合丰田标准和国家标准	无CCC认证 无EMC实验

# 流媒体后视镜-品质保证

1

法律法规要求

2

开发要件

3

信赖性评价项目

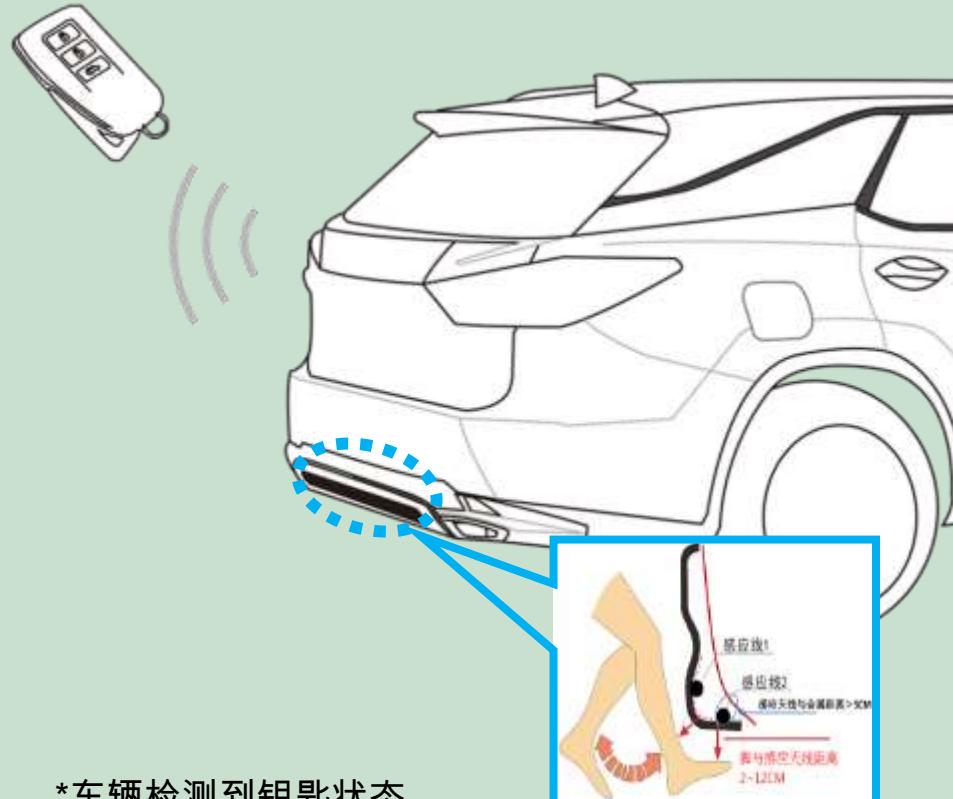




尾门脚踢感应系统

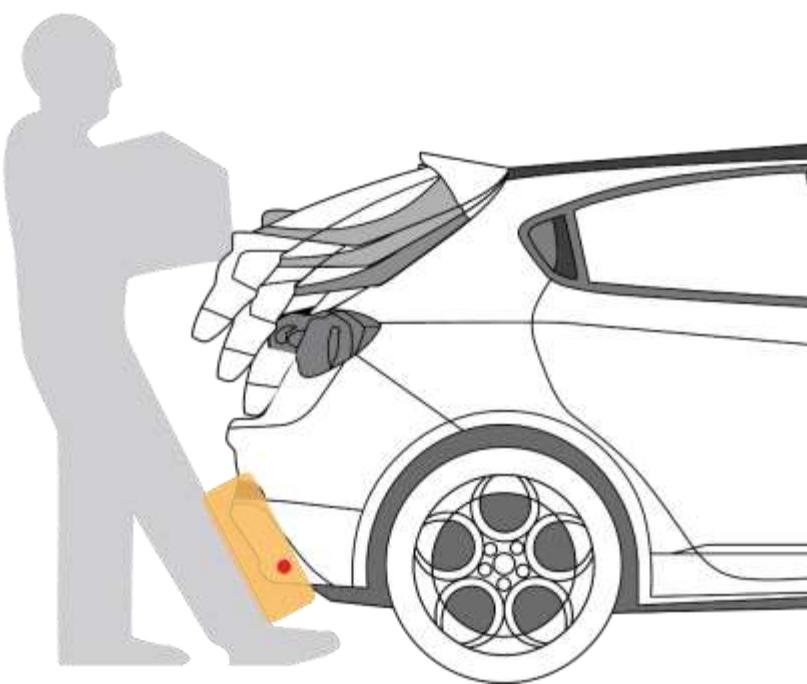
# 尾门脚踢感应系统-结构式样

纯正精品-电容式感应天线（双线）



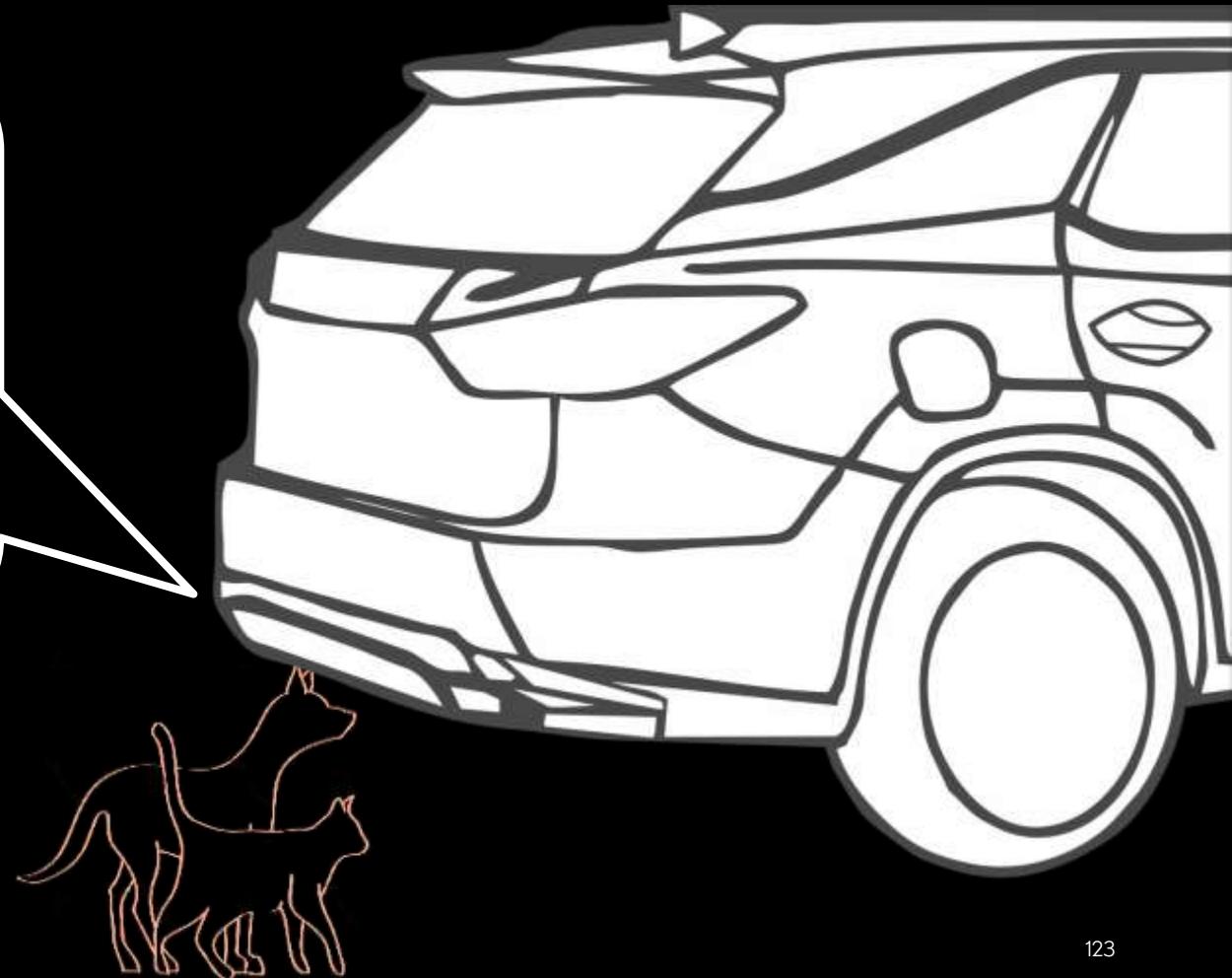
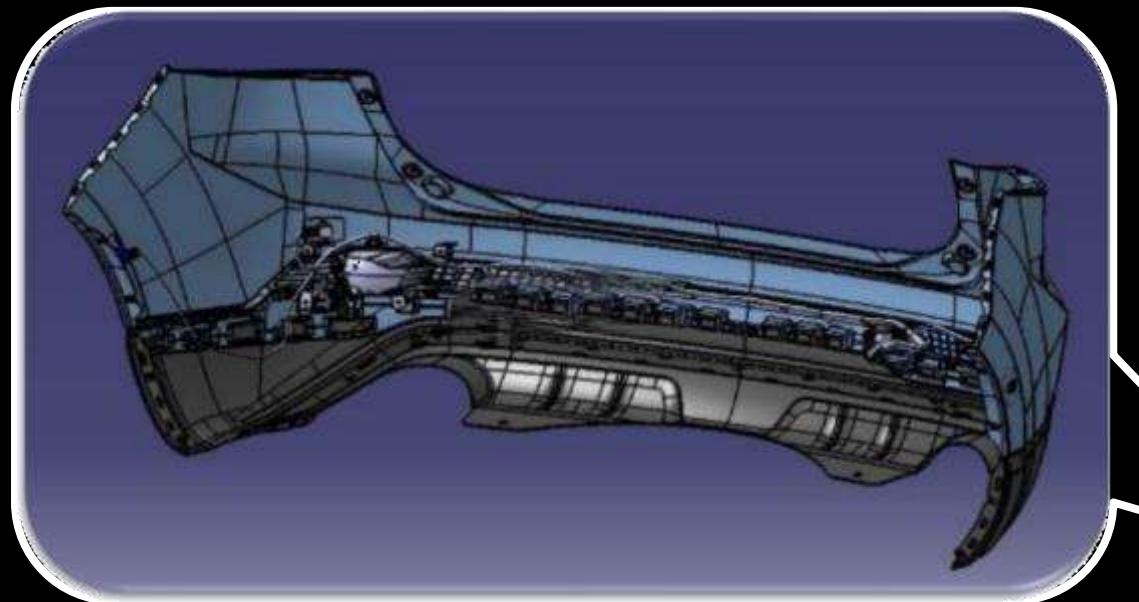
\*车辆检测到钥匙状态

市贩品-红外线感应天线（单线）



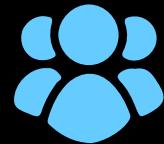
VS

# 尾门脚踢感应系统-品质保证



# 尾门脚踢感应系统-品质保证

TOYOTA/LEXUS  
TS评价



实车测试

单品  
信赖性评价

权威测试机关检测

国家认证机关检测



# 车载无线充电器

# 车载无线充电器-结构式样

纯正精品-RX专用



市贩品-通用式

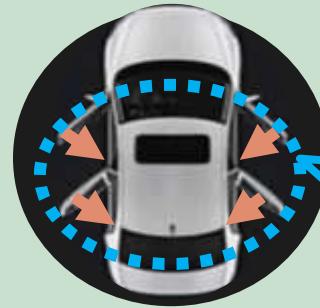


VS

- ▶ 纯正精品优点：匹配度高，QI认证，稳定性好，异物检出功能

# 车载无线充电器-工作条件

纯正精品



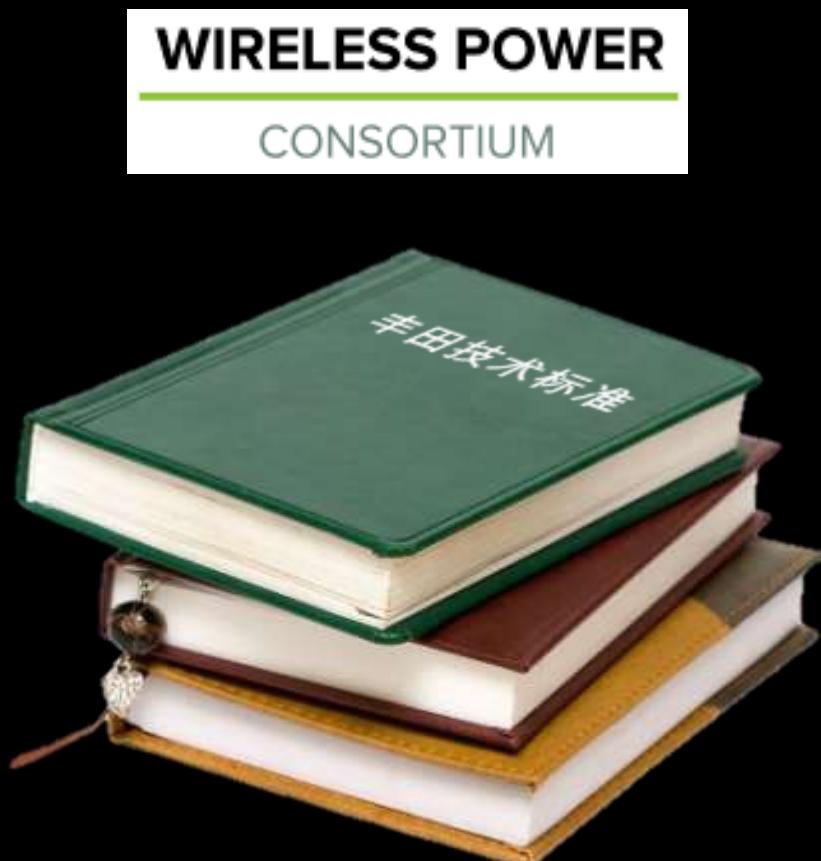
市贩品



VS



# 车载无线充电器-品质保证



# 侧门踏板

# 侧门踏板-结构式样

纯正精品



UX NX



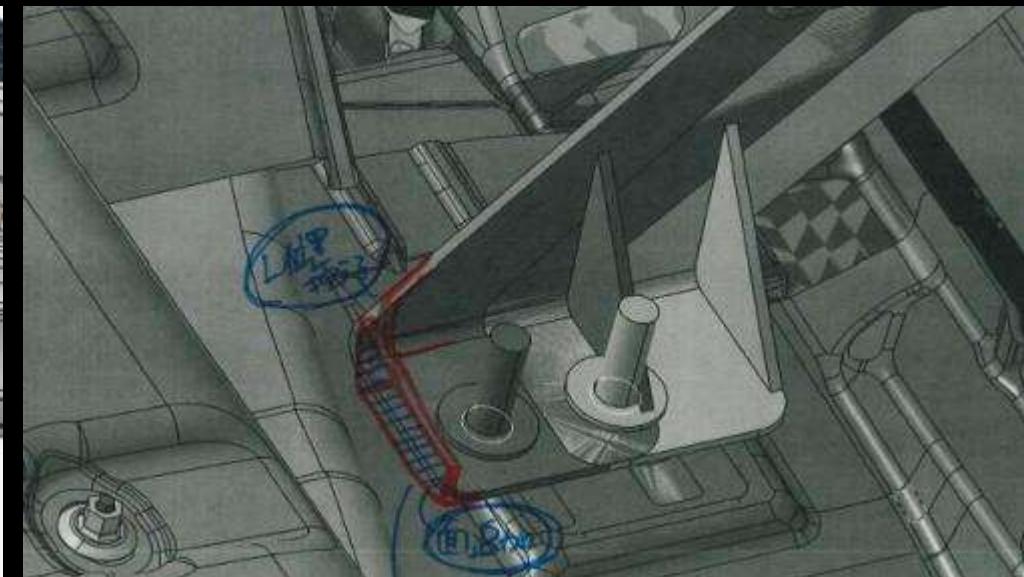
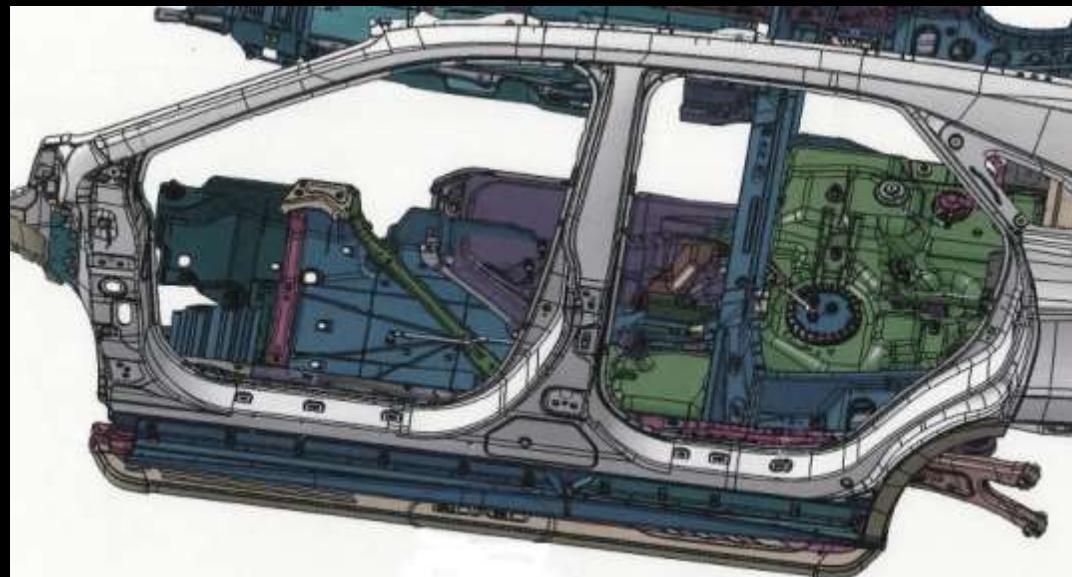
RX



市贩品

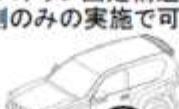
## 侧门踏板-结构式样

安全 - 数据论证, 确保产品满足国家法规要求, 在侧面碰撞时  
保护行人及乘员的安全;



## 侧门踏板-结构式样

**可靠 - 根据丰田标准设计, 与整车相同标准相同寿命**

III 性能要件	1 剛性・強度(静的)
荷重条件:	2ドア車種: 左右片側づつ、325lbs(147kgf)荷重をかける 4ドア車種: 左右片側づつ、325lbs×2(147kgf×2)荷重をかける
荷重位置:	基本は乗降位置に集中荷重 ※車両構造及びサイドステップ固定構造について完全に 左右対称の場合は片側のみの実施で可
判定基準:	<ul style="list-style-type: none"> <li>・傾き1° 以下のこと</li> <li>・割れなきこと</li> <li>・へこみ等なきこと</li> </ul>
	 <span>147kgf</span>  <span>147kgf + 147kgf(同時)</span>
2 乗降耐久(動的)	
荷重/回数:	2ドア車種: 左／右づつ、200lbs (90kgf)荷重をかけて7,000回乗降 4ドア車種: 上記荷重で、各位置(4ヶ所)に7,000回乗降
荷重位置:	基本は乗降位置に集中荷重
判定基準:	<ul style="list-style-type: none"> <li>・弾性変形1° 以下、又は永久変形0.5° 以下のこと</li> <li>・割れなきこと</li> <li>・脱落なきこと</li> </ul>



# 侧门踏板-品质保证



75KG, 7000次 耐久试验

147KG 刚性试验

纯正精品变形 <0.5度

市贩品变形 >8度

# 侧门踏板-品质保证

检测项目	技术要求	检测结果
丰田SOC 十项测试	铅 (pb) ≤ 0.1%	铅(pb): ND
	汞 (Hg) ≤ 0.1%	汞 (Hg) : ND
	镉(Cd) ≤ 0.01%	镉 (Cd) : ND
	六价铬 (Cr6+) ≤ 0.1%	六价铬 (Cr6+) : ND
	多溴联苯 (PBBs) ≤ 0.1%	多溴联苯 (PBBs) : ND
	多溴二苯醚 (PBDEs) ≤ 0.1%	多溴二苯醚 (PBDEs) : ND
	十溴二苯醚 ≤ 0.1%	十溴二苯醚: ND
	六溴环十二烷: 禁用	六溴环十二烷: ND
	全氟辛烷磺酸: 禁用	全氟辛烷磺酸: ND
	石棉: 禁用	石棉: 未检出

SOC

**保证产品精度及品质**

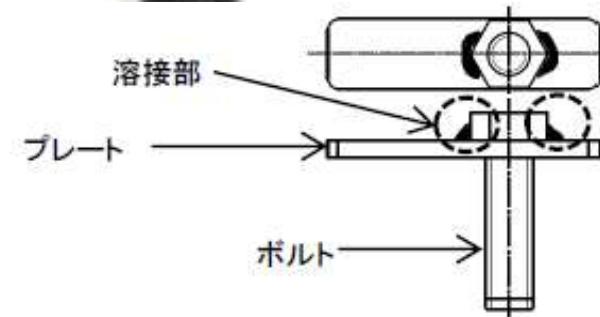
**保护环境及人体健康**

**严格满足国内外法规**

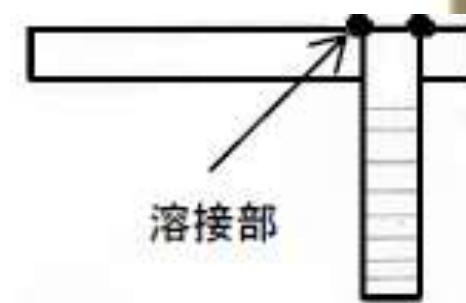
# 侧门踏板 - 品质保证

确保满足雷克萨斯4年10万公里/6年15万公里保修要求

纯正精品-高强度



市贩品





# 2019年雷克萨斯 纯正精品销售回顾

销售生活精品室 销售服务课

侯东震

22/08/19

# CONTENT

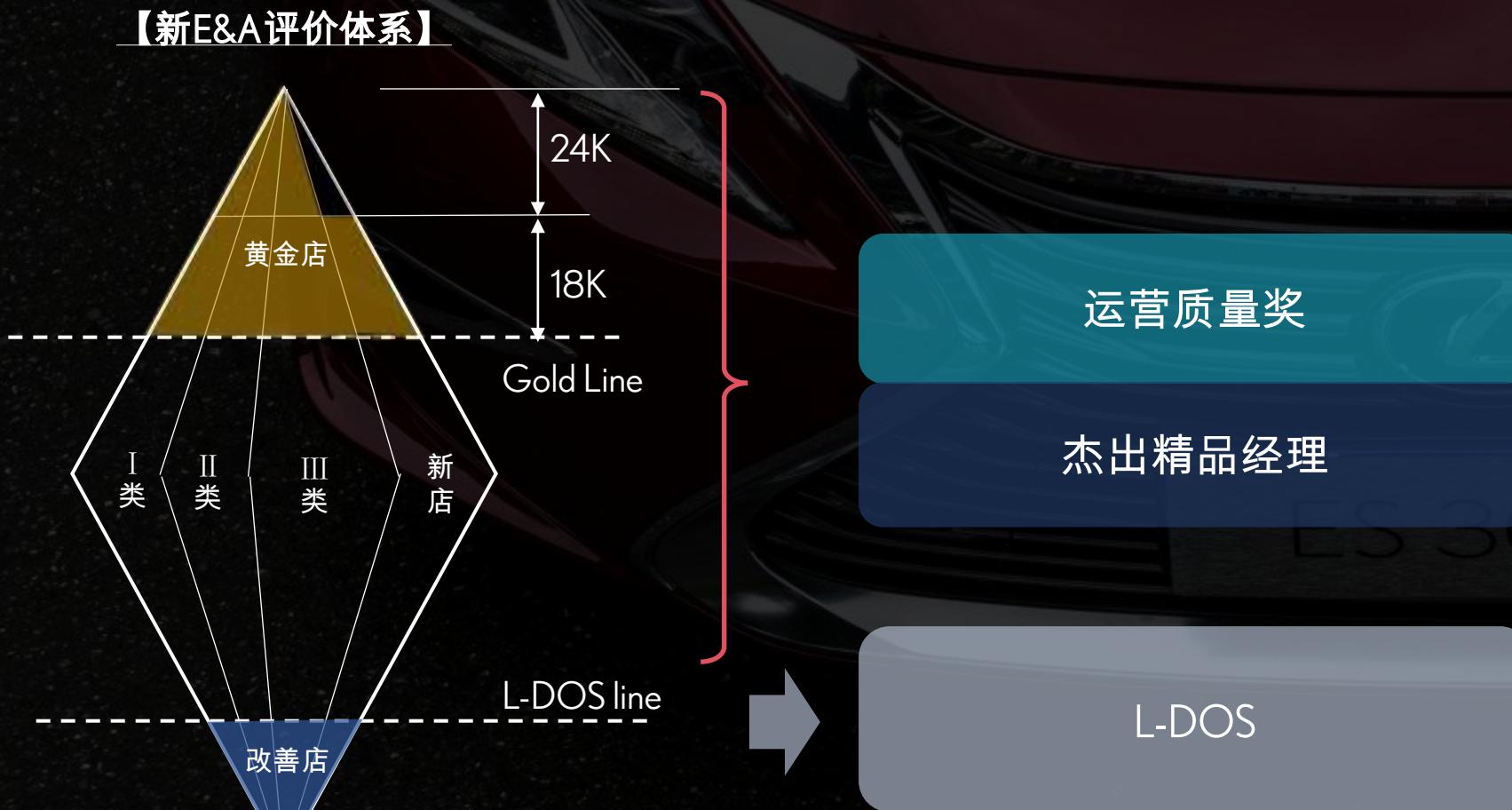
## 目录

◆商务政策解读

# 商务政策解读

- 1、商务政策补充说明
- 2、经销商奖励活动
- 3、捆绑销售相关

# 商务政策补充说明



# 商务政策补充说明

●: 前提项 ○: 评价项

分类	NO.	项目名称	定义	L-DOS	新E&A	
					运营质量奖	杰出精品经理
展示	1	安全隐患品的销售或展示	不得销售或展示安全隐患品（无固定结构脚垫及安全带卡扣等）	●		●
	2	仿冒品的销售或展示	不得销售或展示带有雷克萨斯Logo的非原厂精品	○		●
	3	精品展示区及实车加装	经销店内是否有精品展示区以及实车加装精品	○		
销售	4	精品销售流程	有自主精品销售流程	○		
	5	纯正精品业绩	基于季度精品单台目标达成率给予，达成率 $\geq 120\%$ 可得满分		○	○
	6	销售计划提出	根据TMCI精品部要求提交季度销售报告			○
活动参加	7	促销活动参与率	全部参加TMCI精品部的促销活动			○
	8	会议参加率	全部参加TMCI精品部的会议（小区会/全国会等）			○
	9	好事例提出	按照TMCI精品部要求提交好事例			○
培训	10	精品经理教育参加	参加精品经理培训且合格			●
付款	11	付款及时性	精品延时付款或错误付款合计次数小于3次	○		

# 商务政策补充说明

分类	项目名称	点数	指标定义	评价方式
前提条件	不得销售带有安全隐患的安全产品	-	不得销售带有安全隐患的安全用品 安全用品是指： ①任何没有固定卡扣的脚垫 ②任何安全带卡扣	
顾客体验	非TMCI提供的带有LEXUS LOGO产品的销售或展示	3	不得销售或展示带有雷克萨斯Logo的非TMCI提供的汽车精品和生活精品	通过暗访调查实施
	精品展示区及实车加装	2	经销商内是否有精品展示区以及实车加装精品 (至少有1台展车或试驾车上加装电子和内外装产品各一件)	
	精品销售流程	3	各店有自主精品销售流程	
基础运营	精品付款及时性	1	延时付款或错误付款合计次数小于3次	以实际统计为准

# 经销商奖励活动

2018年



目标达成奖

2019年



# 经销商奖励活动-目标达成奖

项目	半年达成奖	年度特别奖
前提条件	与E&A评价基准相同	
评价基准	纯正精品单台目标达成	全国采购总额TOP10 ※全年采购总额220万元(未税)以上  各区全年单台总额TOP3 (全国共计18名) ※采购总额在地区平均值以上
奖励方式	奖励金10,000元/店	奖励金25,000元/店

※奖励金使用方法将别途通知

# 经销商奖励活动-杰出贡献奖

销售贡献奖

汽车精品贡献奖

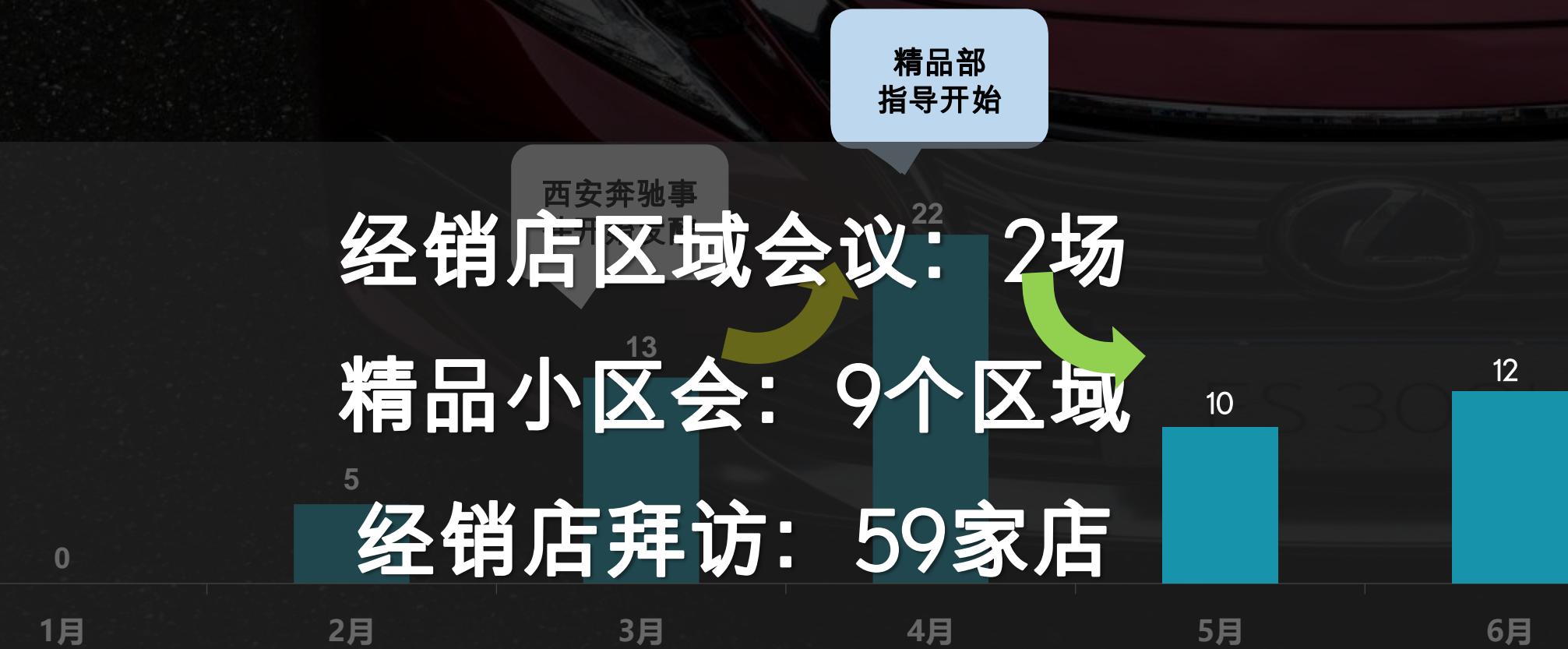
2020年开始

纯正精品全国采购  
总额前10名及各地  
区单车产值前3名

汽车精品重点品目  
采购金额组内前两  
名（含1、2、3类及  
新店）

后续奖项追加中  
.....

# 捆绑销售相关



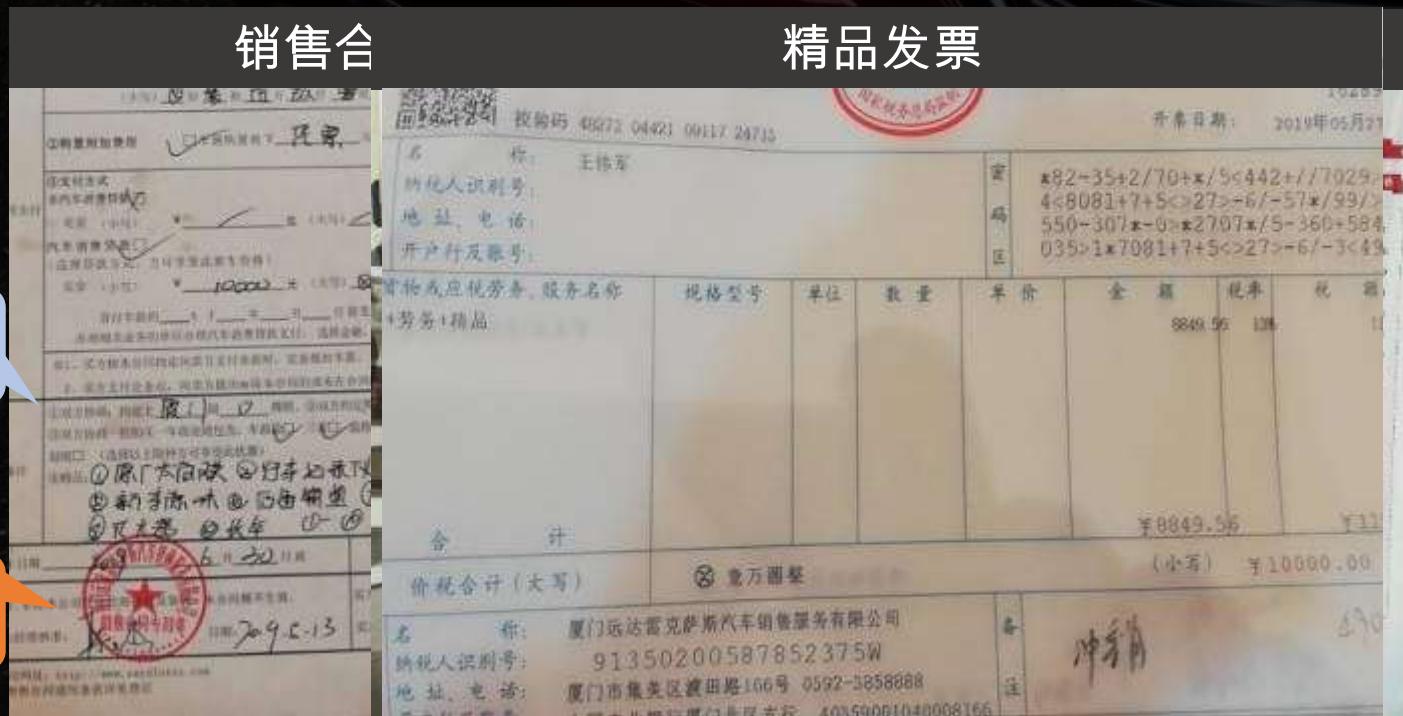
## 捆绑销售相关

## 精品捆绑销售合理规避三要素：

① 提前向顾客说明，成交后留存纸面  
资料（合同/施工确认单等）

## ②价格公示，并向顾客解释各项费用明细

### ③提供精品相关费用发票





# 2019年雷克萨斯 纯正精品对客群的影响

四川辰宇

刘陆里

22/08/19



影响力的形式就是一个不断维系我们的产品和服务与顾客之间沟通的过程

Brand association/品牌联想



领未见·探非凡



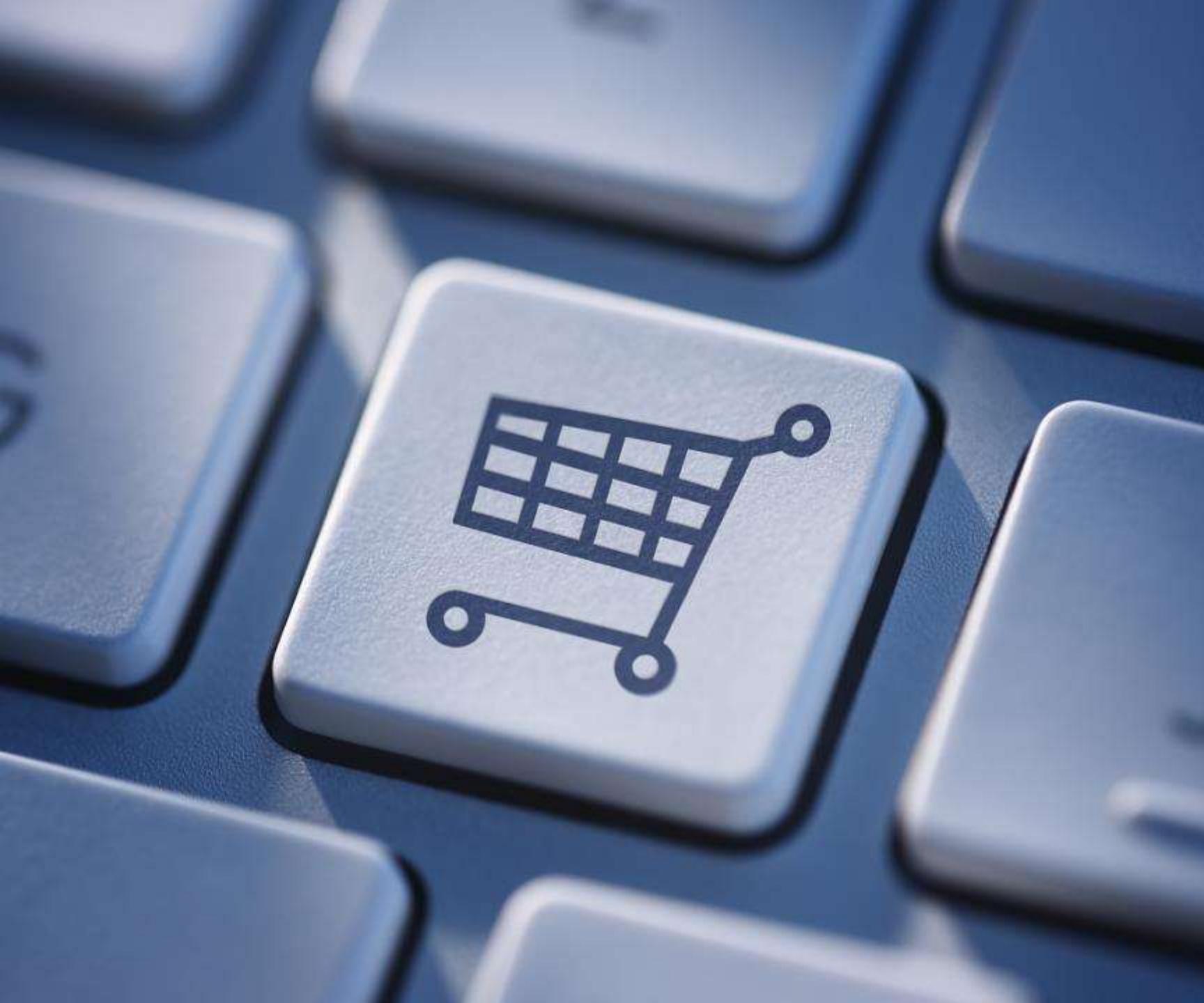
Product/产品

Service/服务



作为消费者，

决定购买行为的因素往往是多方面的



# CONTENT

## 目录

Part 01

◆客户画像分析&背景  
简介

Part 02

◆纯正精品-LEXUS自  
行车系列

Part 03

◆纯正精品的销售启发

Part 04

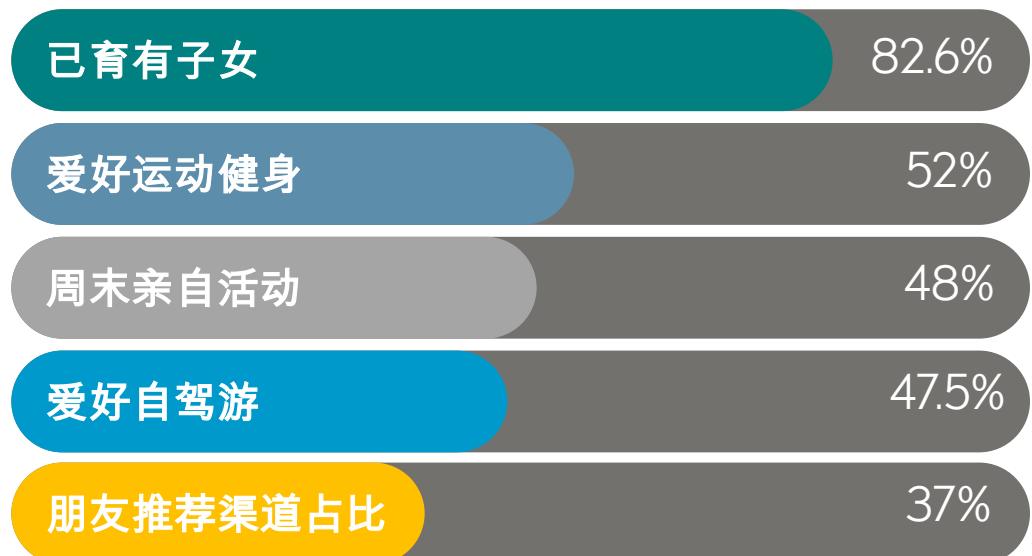
◆纯正精品-儿童系列

# 客户画像分析&背景简介

# 客户画像分析

通过对车主调研，强化、深入了解车主形象、挖掘潜在需求

- ▶ 性别：男性占比51.15%；
- ▶ 平均年龄：40岁；
- ▶ 职业：以中层经理人公务员为主；



\*通过2213位已交车客户调研数据分析



# 背景简介



成都

- 1、成都地处川西平原，地势缓和，气候温和，成都人民喜好休闲；
- 2、我司背靠三圣花乡旅游景区，单车尤为受欢迎，还有多处单车俱乐部供市民租赁；
- 3、通过我司客户画像分析，兴趣多为爱好运动、自驾游和周末亲子游，占比均非常高。

纯正精品-LEXUS自行车系列

# 纯正精品 - LEXUS自行车

2017年我司纯正精品-LEXUS自行车出库台次:553台

月均台次:46台

2018年我司纯正精品-LEXUS自行车出库台次:686台

月均台次:57台



纯正精品的销售启发

# 纯正精品的销售启发

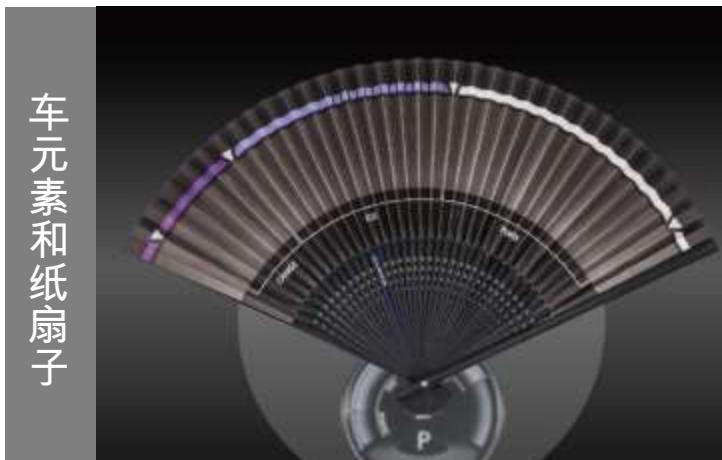


- ▶ 成都平原骑车圣地龙泉山；
- ▶ 距离我司约25公里；

- ▶ 成都三圣花乡绿道骑游；
- ▶ 距离我司约1公里；



# 纯正精品的销售启发



纯正精品-儿童系列

## 纯正精品 - 儿童系列

运用儿童系列纯正精品建立起情感关联，们对事物产生的情感联系可能会持续一辈子

从熟悉感 到 “品牌认知”

# 纯正精品 - 儿童系列

设置儿童类专区、通过色彩搭配及儿童系列精品吸引孩子注意力

动手专区



儿童专柜

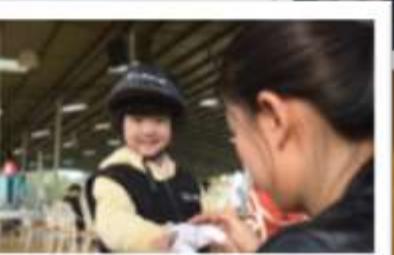




## 店内活动、亲子活动等增加儿童精品露出

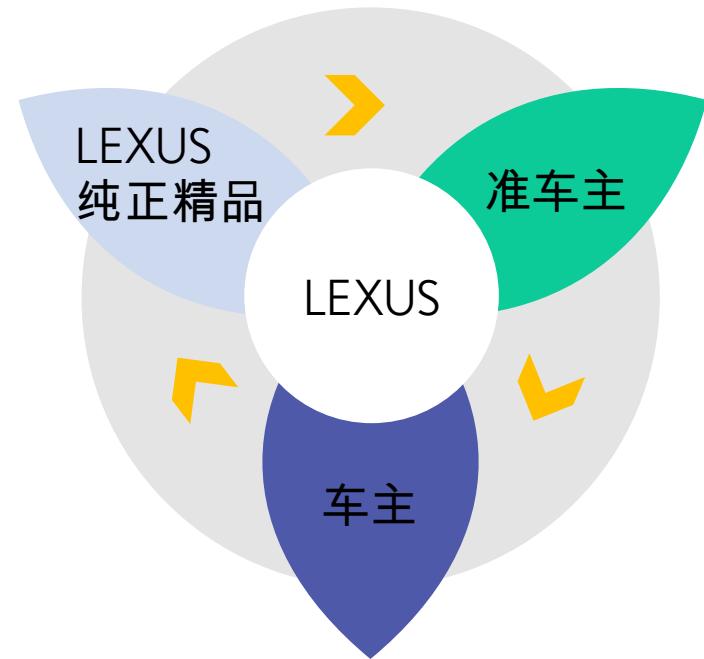
►丰富多彩的亲子社区体验营，素质拓展的同时，  
更是拉近亲子关系，培养儿童对LEXUS品牌认知。同时参与活动还可获  
赠相关精品。

►截止2019年7月，亲子社区累计开展12场活动，参与人数355人。





以点带面  
通过LEXUS纯正精品让更多人建立LEXUS品牌联系





# 2019年雷克萨斯 港口集中加装运行

上海和凌

党伟

22/08/19



# CONTENT

## 目录

Part 01

◆导入说明&前期准备

Part 02

◆运行成果

Part 03

◆操作流程&实绩

Part 04

◆对TMCJ的期待



# 导入说明&前期准备



# 导入说明

导入据点：

上海2、天津1、重庆1、南昌1、唐山1



启动时间：

2017/5月前期准备、6月试运行展开

导入模式：

集团总部规划协调、据点实务运行



# 前期准备

## 预来车辆信息掌握

- ▶ 车辆信息（到港时间/可按装台数）
- ▶ 订单信息（已受订/未受订）

## 商品教育

- ▶ 产品知识及销售话术培训（6店10次）

## 据点作业流程打合

- ▶ 人员宣导：精品/销售/售后/CR/财务
- ▶ 物流/金流/流程标准

## 广宣物料

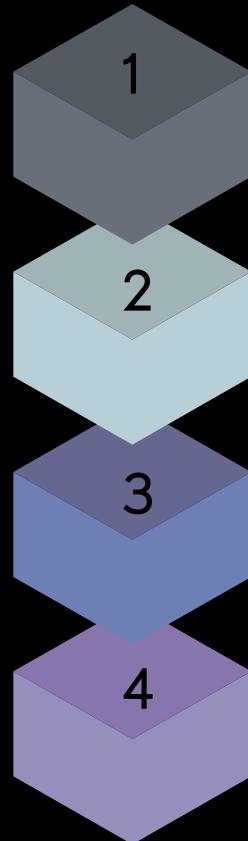
- ▶ 实车按装展示（NX、RX各一台）
- ▶ 微信公众号等媒体推广



运行成果



# 运行成果



客户效益

集团效益

据点效益

销售顾问效益

1. 获得原厂质保的精品

2. 车辆配置获得提升

1. 与TMCI更紧密的合作

2. 对后续产品推广获得宝贵经验

1. 售前销售: 精品创收

2. 售后维护: 滤芯更换, 提升入场台次增加收益

1. 设立奖励金方案: 提升员工收入

2. 话术培训: 提升专业度, 增加客户信赖



# 操作流程&实绩



# 操作流程

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

LEXUS经销商运营管理系统(Dealer Management System)

采购订单行

编辑

新增

删除

导出 Excel

发送精品采购订单

此次取精品

查询零件中心库存

列表

统计

打印...

通告

连接

管理

常用操作

编辑 - 精品零件采购订单 - BC1908045 - 广州精品采购供给课

常规

编号: BC1908045

采购供应商编号: JP001

采购供应商名称: 广州精品采购供给课

采购供应商地址: 广州市天河路230号万菱国际中心11层

邮编\城市:

采购供应商联系人:

订单类型: F/O

DIST区分: TMCI

加急方式: LEXUS\_CDIO

精品:

发送精品采购订单:

步骤10: 系统自动创建采购订单  
步骤11: 此栏目有勾选即成功

过账日期: 2019/8/5

单据日期: 2019/8/5

订单日期: 2019/8/5

预计收货日期: 2019/8/5

仓库编号: PARTS

采购员代号:

金额金额: 15,120.00

FPD 订单号:

FPD 发送时间:

地点:

行

类型	编号	描述	数量	预计收货日期	仓库编号	地点
零件	... PZD7448010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	
零件	... PZD7448010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	
零件	... PZD7448010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	
零件	... PZD7448010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	
零件	... PZD7478010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	
零件	... PZD7478010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	
零件	... PZD7478010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	
零件	... PZD7478010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	
零件	... PZD7478010P	车载空气净化器	1	2019/8/6	PARTS	

# 实绩

## PIO 车载空气净化器

期间	销售台数	MSRP	创造产值
201801-201907	1103	1680	1853040

## 车载空气净化器滤芯 (6-12月需更换)

期间	销售台数	MSRP	创造产值
201801-201812	705	146	103076



对TMCI的期待



# 对TMCI的期待

DMS系统作业支持

多品项菜单式选择

业绩持续提升

TMCI分享专业话术





# 2019年雷克萨斯 精品展示分享

南京协众

宋冬梅

22/08/19



# CONTENT

## 目录

Part 01

◆怎样才是理想的精品展示

Part 02

◆精品展示的常见误区

Part 03

◆精品展示的六大原则

Part 04

◆精品展示的个人心得

Part 05

◆精品陈列案例



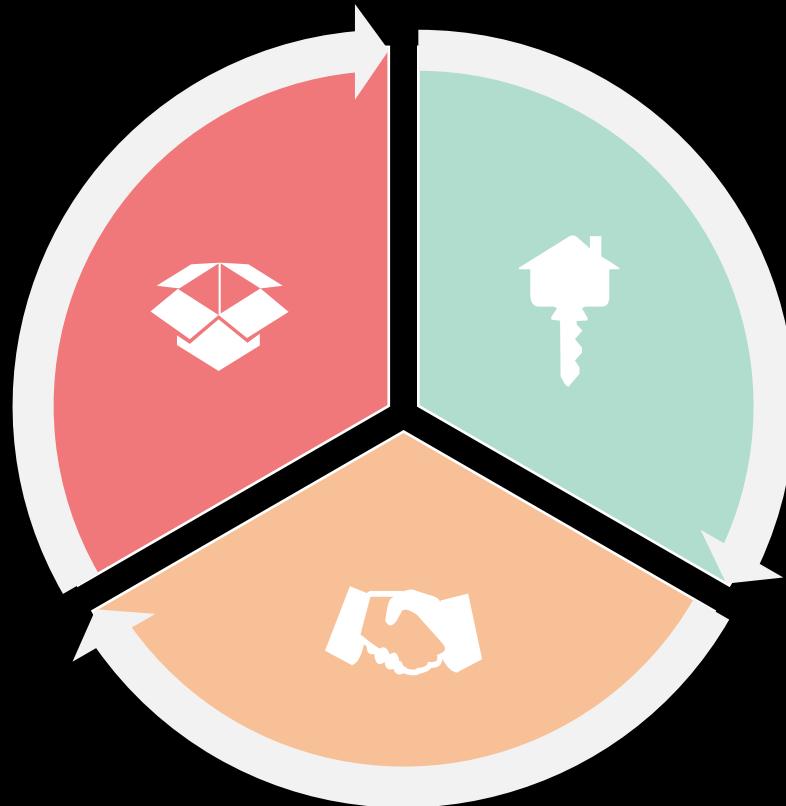
怎样才是理想的精品展示

# 精品展示的理想状态

01 如何眼前一亮

02 如何促成精品销售

03 如何增加氛围



►合理的陈列商品可以起到展示商品、刺激销售、方便购买、节约空间、美化购物环境等重要作用。

# 精品展示的作用

提高认知度营造卖场氛围

精品陈列的目的，是为了体现公司的产品风格、档次和形象，  
便于客户了解精品的款式、质量、搭配营造卖场氛围，激发客户的购买欲  
望，从而提升业绩。

提高品牌形象

实物摆放、现场示范

对产品有感受认知

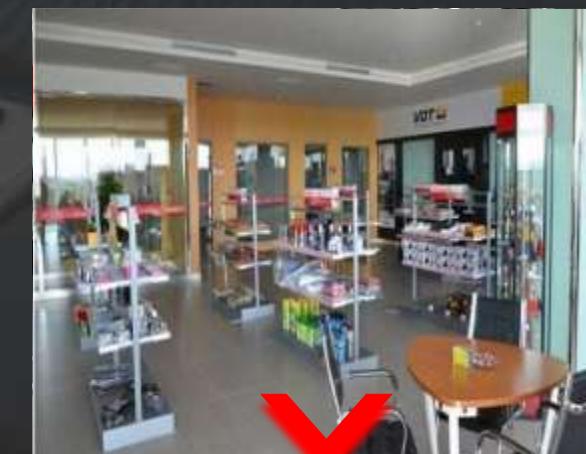
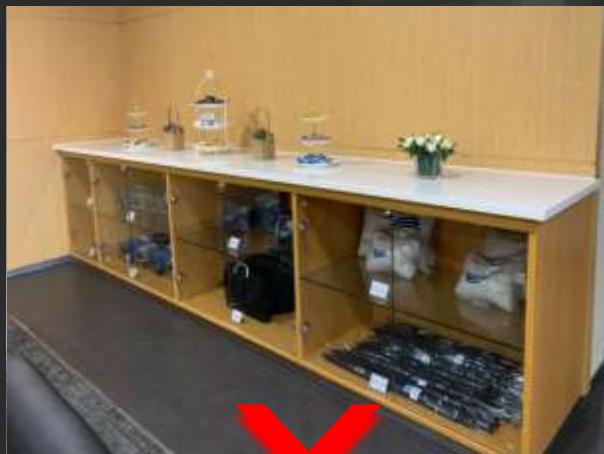


# 精品展示的常见误区

# 精品展示的常见误区



## 精品展示的常见误区



►新店要有前瞻性，提前规划精品展示区域，为精品展示设置合理的位置和空间。

►效仿超市的摆放、展柜不能和整个展厅融为一体，不能和所售车辆和档次接近、风格相容。

## 精品展示的常见误区



►产品分类不清，展示混乱、陈列不合理。

►没有产品说明牌及价格标签牌。包装盒未去除。

# 精品展示的常见误区



► 正确精品展示



► 展柜有空缺未能及时补货

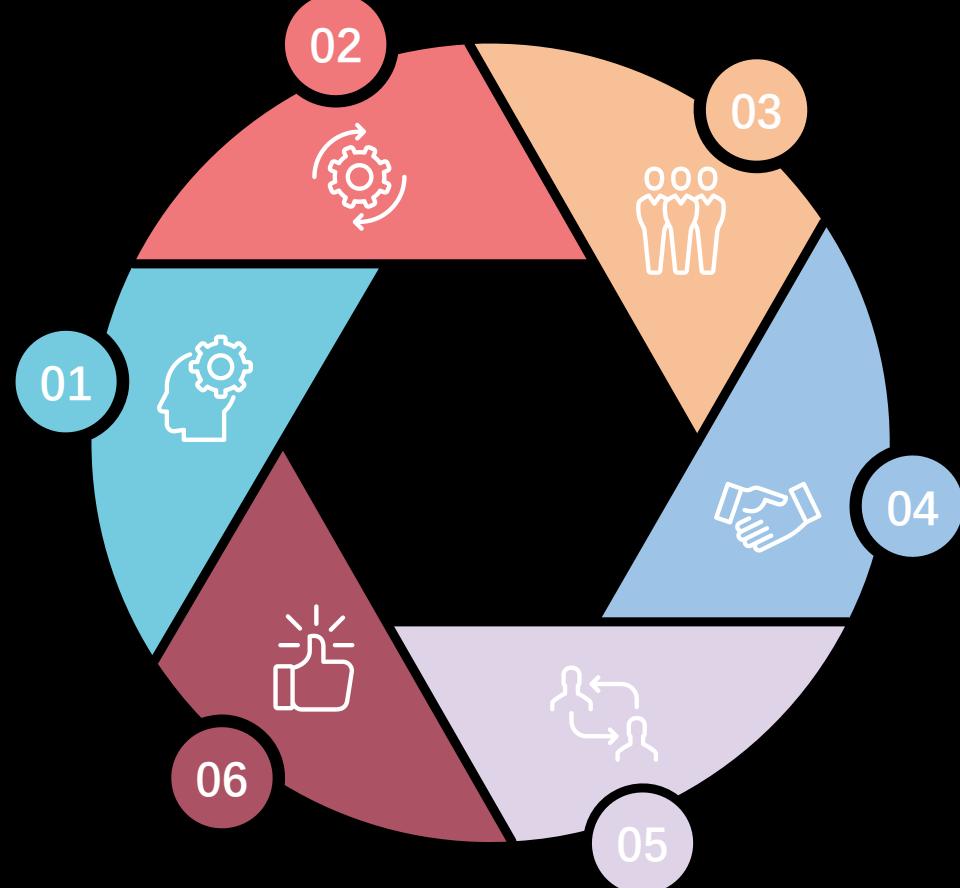


► 相同产品重复展示



# 精品展示的六大原则

# 精品展示的六大原则



精品分区原则

体积摆放原则

主题摆放原则

黄金位置原则

装饰映衬原则

经常变换原则

# 展区的选定



►合理的展区位置、合理的展区规模



精品展示区

►精品展区最好设置在醒目的位置，从而提高顾客与精品的接触几率（展车附近、客休区等）。

# 展区的选定



## 展区规模

► 展厅大、客流小、成交量大，精品区要有规模，才好营造卖场气氛。

► 展厅小、客流小、成交率不高。没有必要让货物、产品琳琅满目，常规产品就好。



精品展示的个人心得

# 个人展示心得

## 01 建议有总结性主题

陈列商品要丰富、多样  
橱窗设置畅销品专柜并主题化  
保持新鲜感  
墙壁陈列要有效安排  
每月改变一次商品的主题和空间

对客户有吸引力和号召力  
美观、大方  
陈列的整理、整顿和清洁  
常变常新  
价格要立标价

## 建议有总结性主题 02

## 03 建议有总结性主题

店内布局至少3个月变1次  
促销道具常更换，保持新鲜感  
活用独特的道具，展现独到之处  
新商品比率在30%以上  
重点使用视线黄金区



# 精品陈列案例

# 精品陈列案例



►定制产品亮点说  
明牌、价格立牌，  
可以让客户快速了  
解产品卖点，提升  
精品档次。

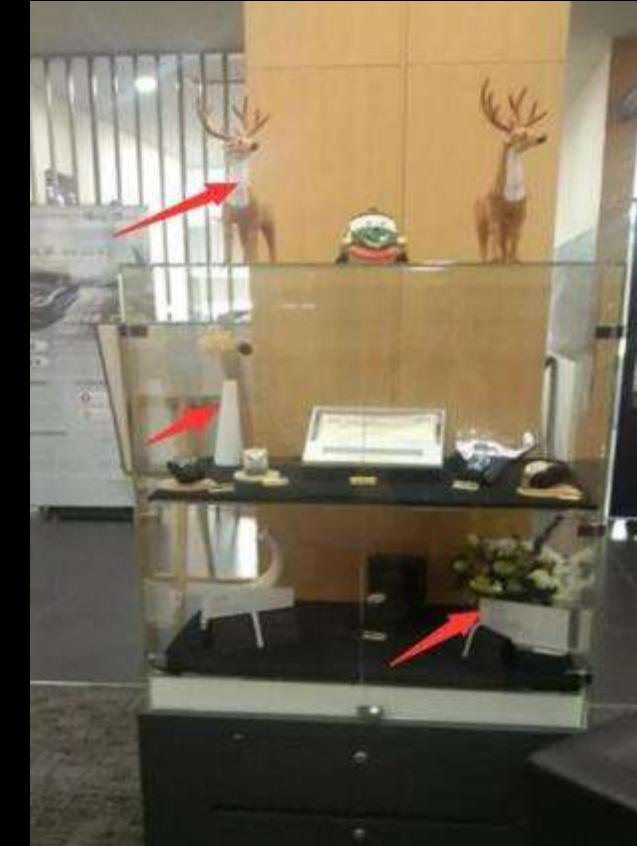
# 精品陈列案例



► 根据精品内容，进行主题式摆放，  
体现生活感。

# 精品陈列案例

► 使用其他店  
没有的独特道  
具，展现经销  
店精品的独到  
之处和高级  
感。



## 精品陈列案例



► 使用其他店没有的独特道具，展现  
经销店精品的独到之处和高级感。

# 精品陈列案例



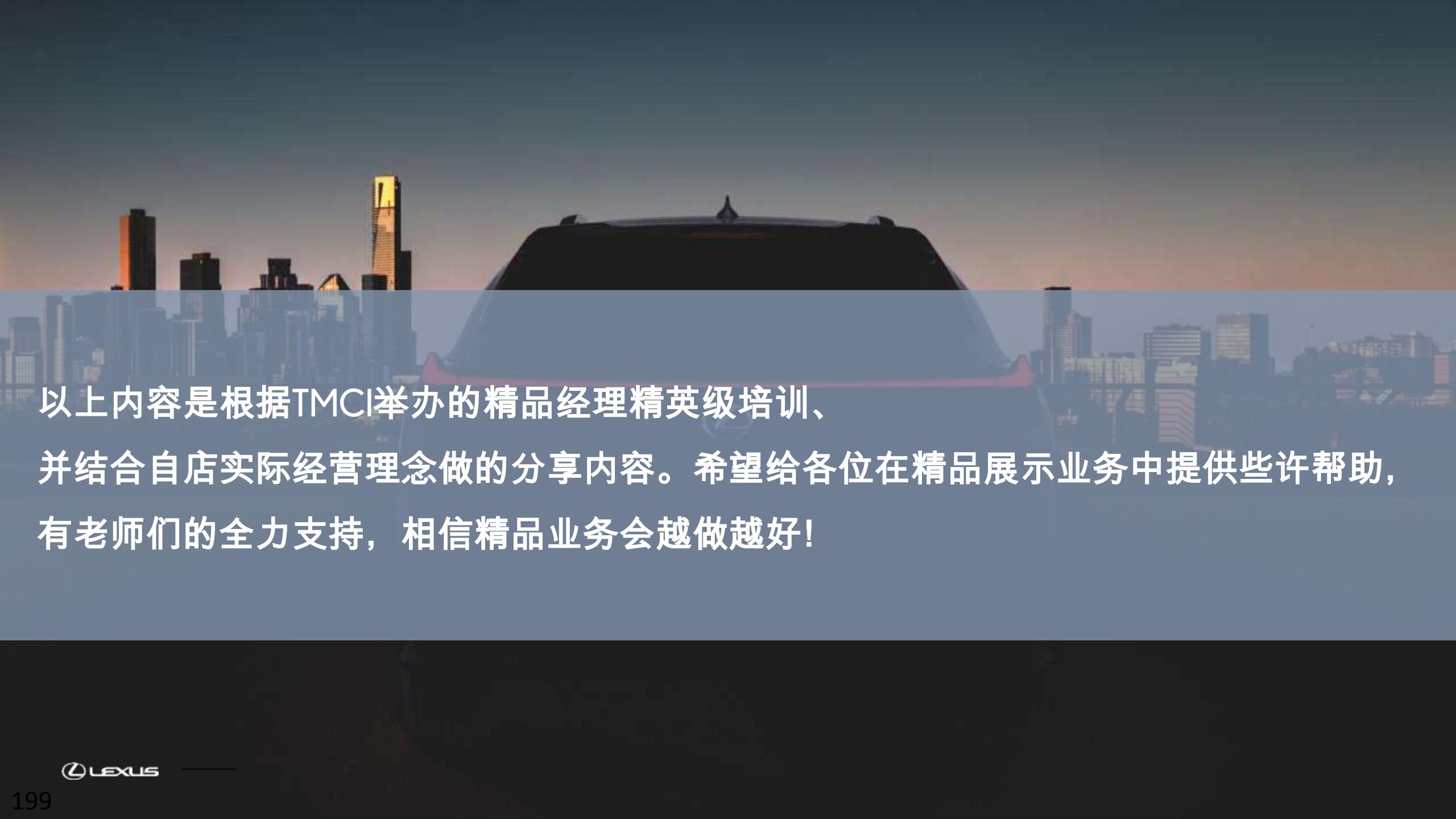
► 使用其他店没有的独特道具，展现经销店精品的独到之处和高级感。

# 精品陈列案例



► 利用视觉“黄金空间”，在地面90-180CM高度陈列最想要推销的产品。

► 重点产品的宣传，增加客户的关注度。



以上内容是根据TMCI举办的精品经理精英级培训、  
并结合自店实际经营理念做的分享内容。希望给各位在精品展示业务中提供些许帮助，  
有老师们的全力支持，相信精品业务会越做越好！



# 2019年雷克萨斯 精品案例分析

西安钧盛

马毅

22/08/19



# CONTENT

## 目录

Part 01

◆店内现状

Part 02

◆19年1-6月原厂精品  
进货数据

Part 03

◆原厂纳米隔热膜导入

Part 04

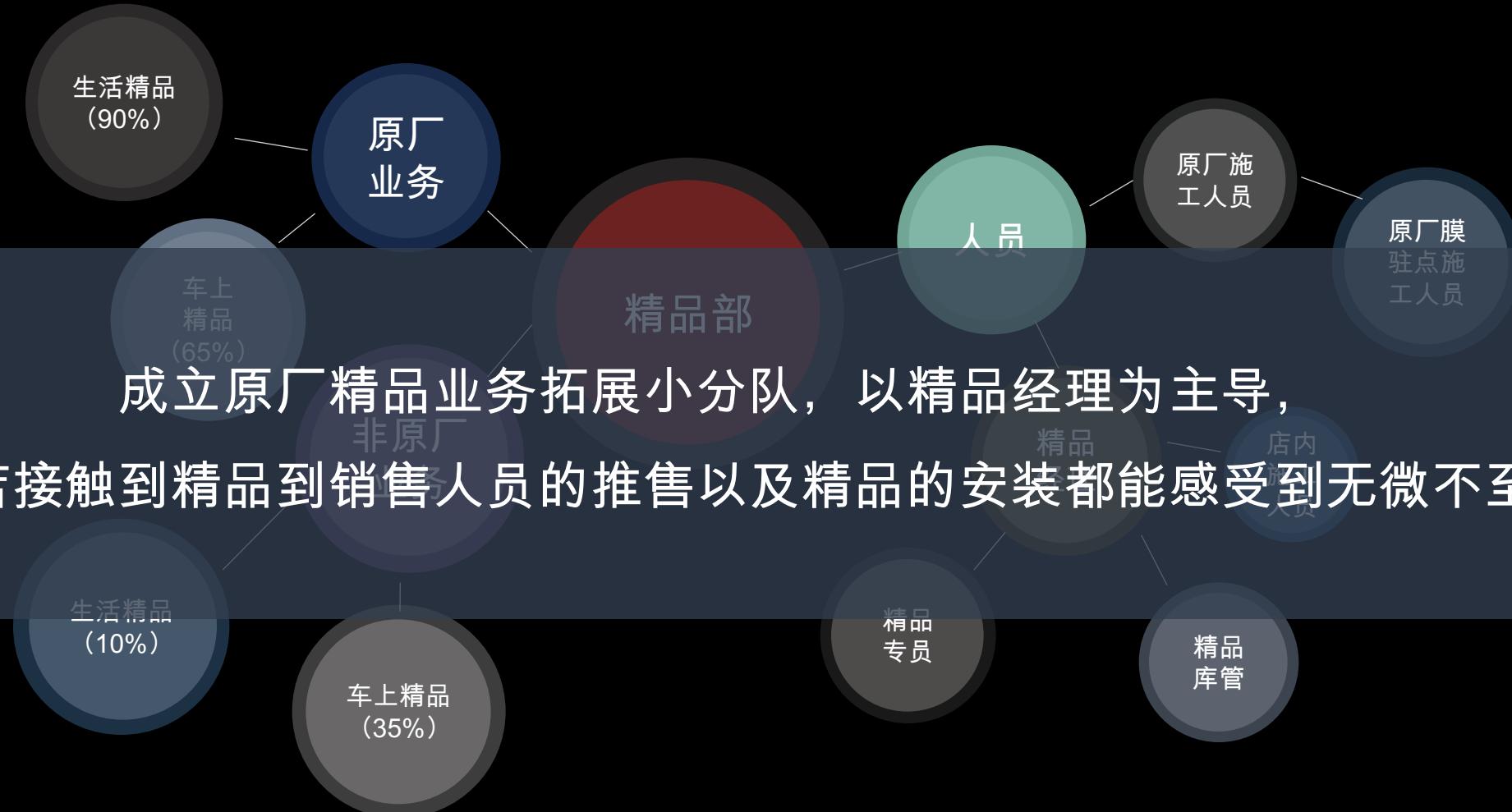
◆19年下半年努力方向



店内现状

店内精品部架构

# 精品部架构

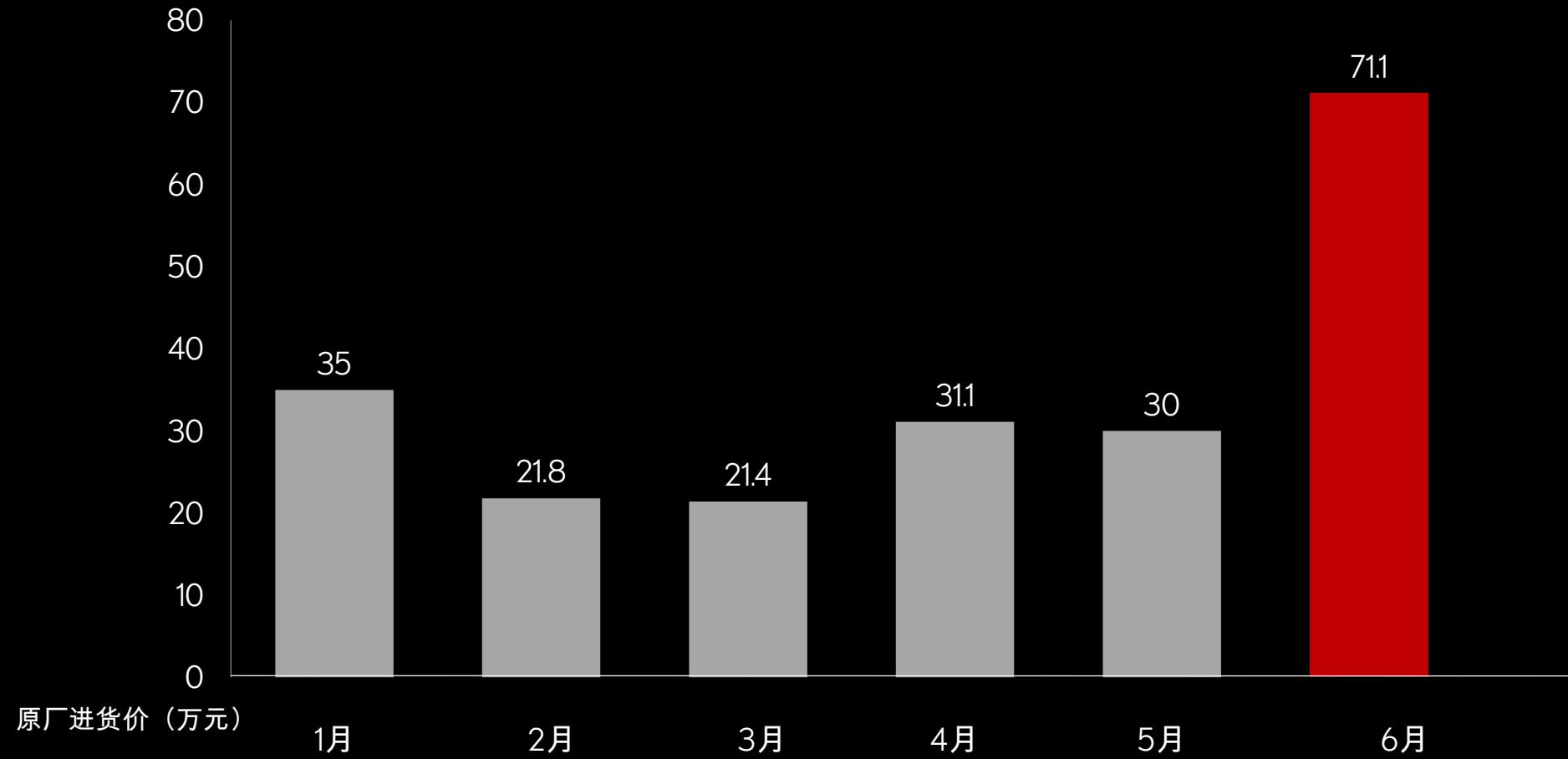




店内现状

19年1-6月原厂精品进货数据

# 19年原厂精品走势



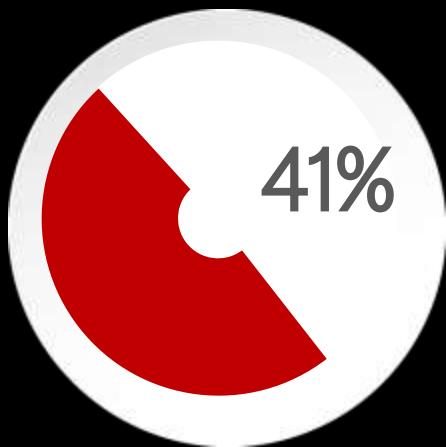


店内现状

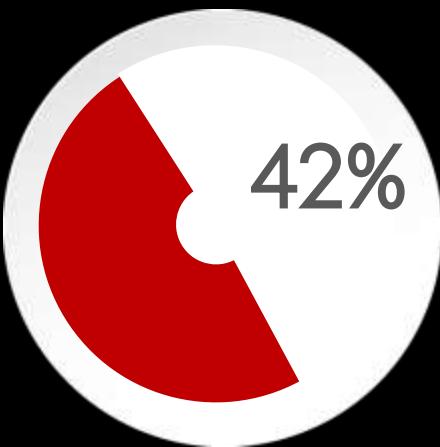
原厂纳米隔热膜导入

# 原厂纳米隔热膜导入

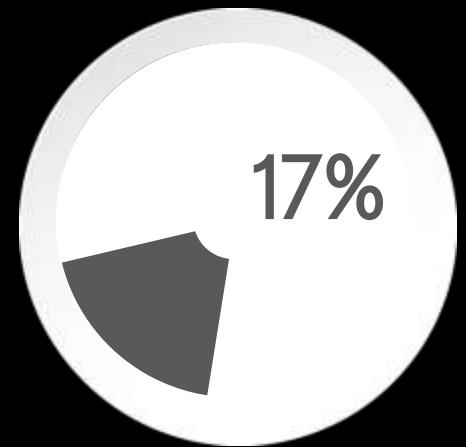
太阳膜销售渠道占比



打折销售



套餐赠送



原价销售

初期情况：

- ▶ 太阳膜销售无专业话术培训；
- ▶ 销售方式多为随车赠品；
- ▶ 因业务需要销售顾问折价卖；
- ▶ 销售利润薄；
- ▶ 客户大多不了解太阳膜价值及优势；

# 原厂纳米隔热膜导入



## 中期改善：

- ▶ 原厂太阳膜引入；
- ▶ 太阳膜销售话术的制定及培训；
- ▶ 培训后的现场演练及笔试考核；
- ▶ 推出销售政策激励销售；

# 原厂太阳膜引入及销售话术培训



## 培训模式：

- ▶ 初期原厂膜引入积极进行培训及动员；
- ▶ 每天早会进行简单话术演练及售卖技巧分享；
- ▶ 定期对售卖优秀的销售人员进行适当的奖励；



# 施工展示及定期考核

原厂膜相关知识定期考核



施工细节演练



销售话术知识培训及演练



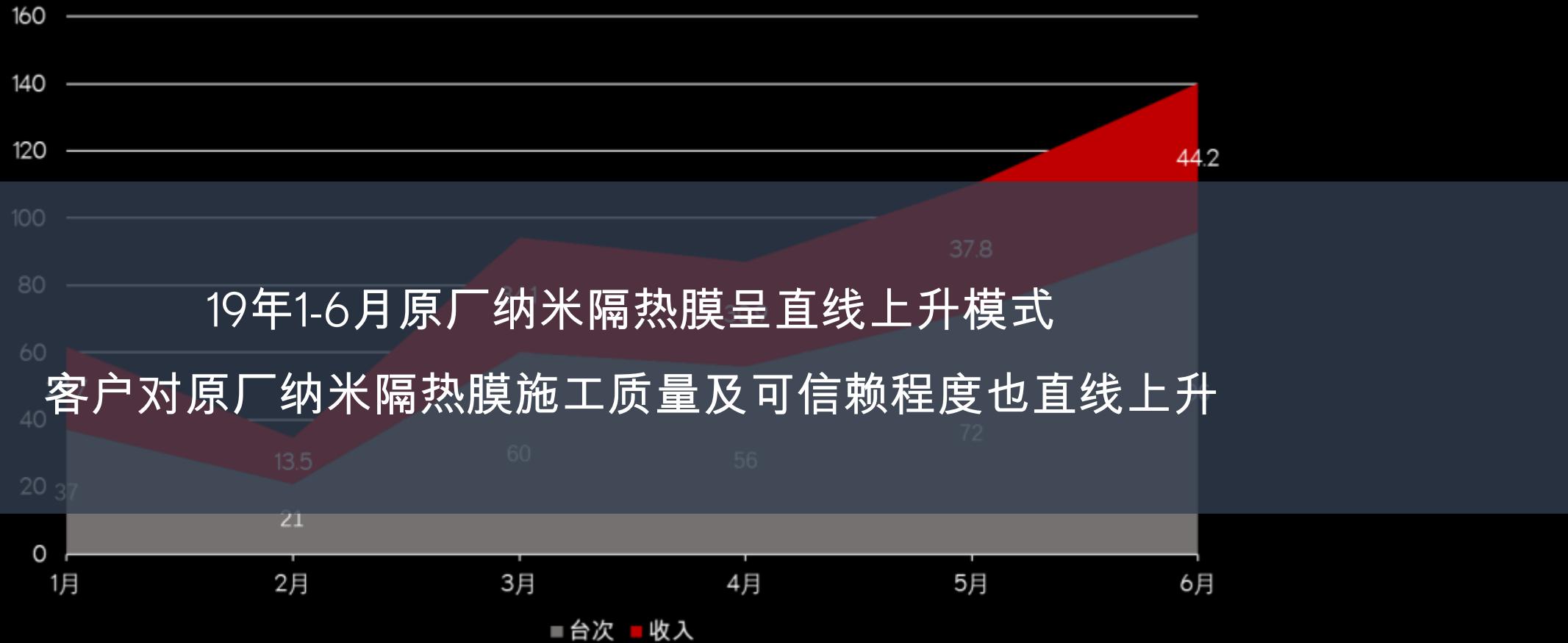
# 原厂纳米隔热膜导入



## 后期效果：

- ▶ 原太阳膜销量提升450%;
- ▶ 客户使用后转介绍成交提高;
- ▶ 经介绍后客户更倾向贴原厂膜;
- ▶ 原厂膜返修率降低至为2%;
- ▶ 促销活动促进原厂膜销售毛利增加15%

# 19年上半年原厂纳米隔热膜台次及收入展示





店内现状

19年下半年努力方向

# 下半年原厂精品努力方向

►保持现有上升势头，努力做到每月平稳提升；



►与售后部紧密配合，原厂精品多露出，让客户多体验原厂精品对生活及车辆带来的便捷与温暖；



►拓展精品展示区域，让客户从到店至出店都能感受到原厂精品带来的视觉冲击；



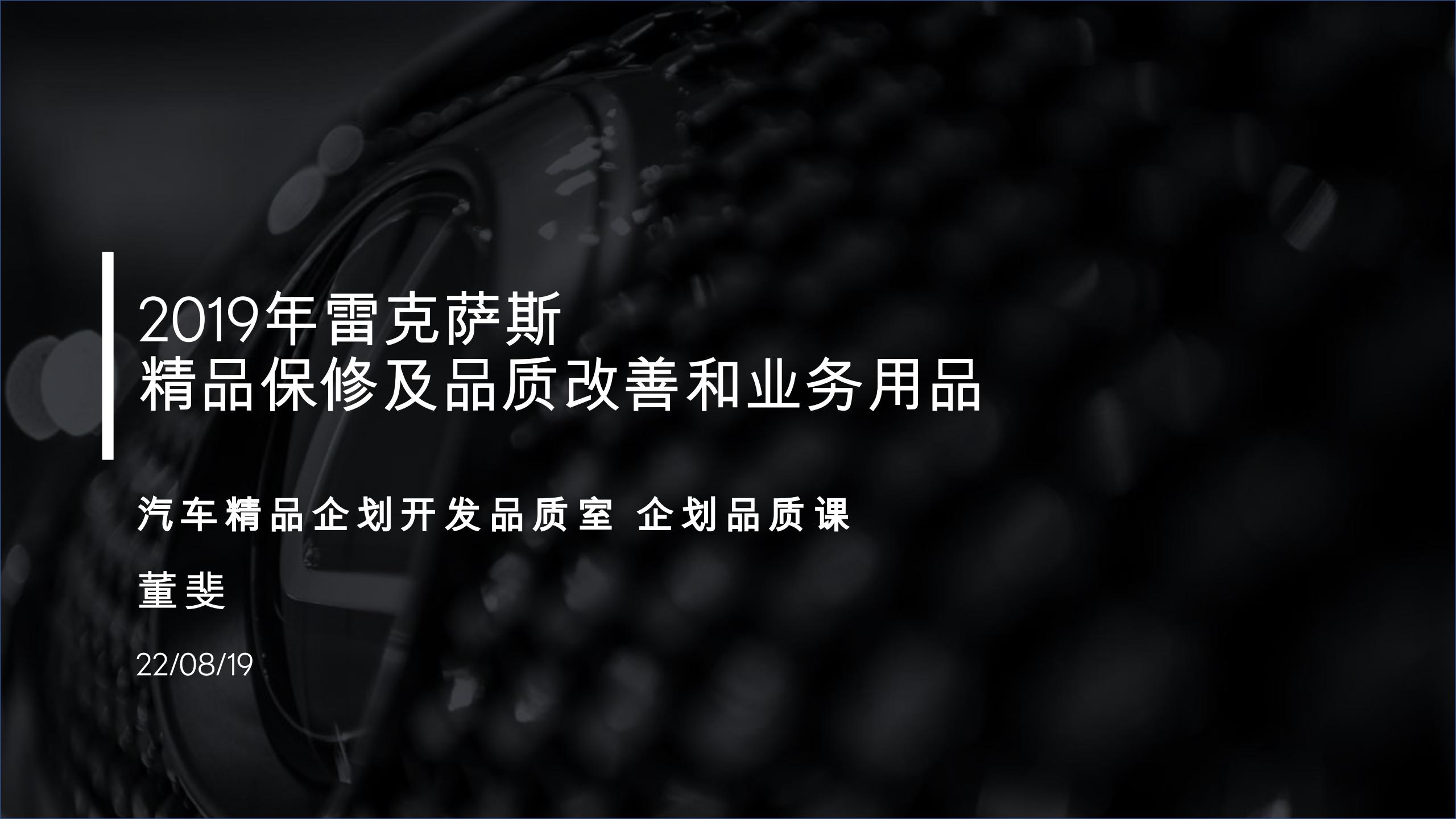
►与销售部紧密配合，做到原厂精品与整车相辅相成；



►与市场部紧密配合，定期开展形式多样的促销活动；



视频页



# 2019年雷克萨斯 精品保修及品质改善和业务用品

汽车精品企划开发品质室 企划品质课

董斐

22/08/19

# CONTENTS

## 目录

Part 01

◆保修流程改善

Part 02

◆精品品质改善

Part 03

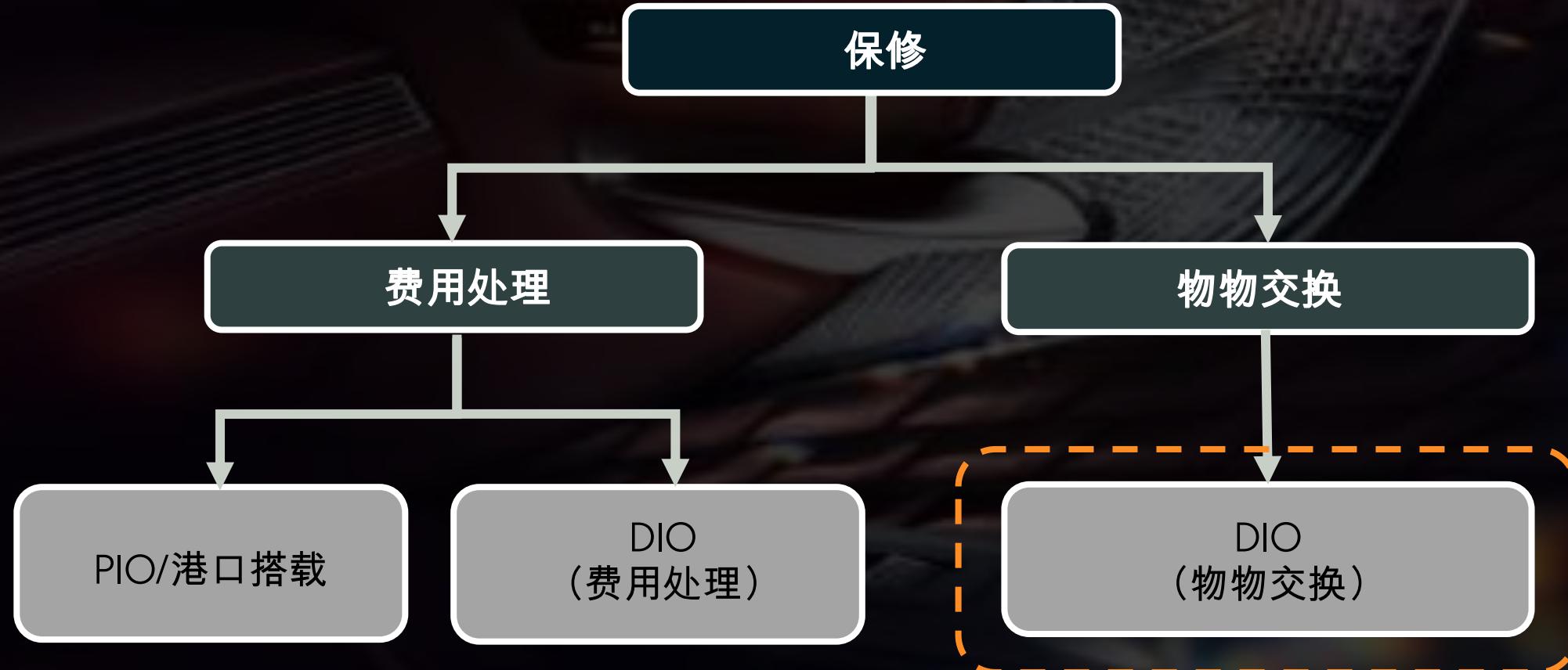
◆业务用品

## 保修流程改善

- 1、保修相关调查
- 2、重点品保修改善
- 3、今后保修方式改善计划

# 保修相关调查

## 现有保修流程回顾



# 保修相关调查

## 小区会调查结果统计-保修方式调查

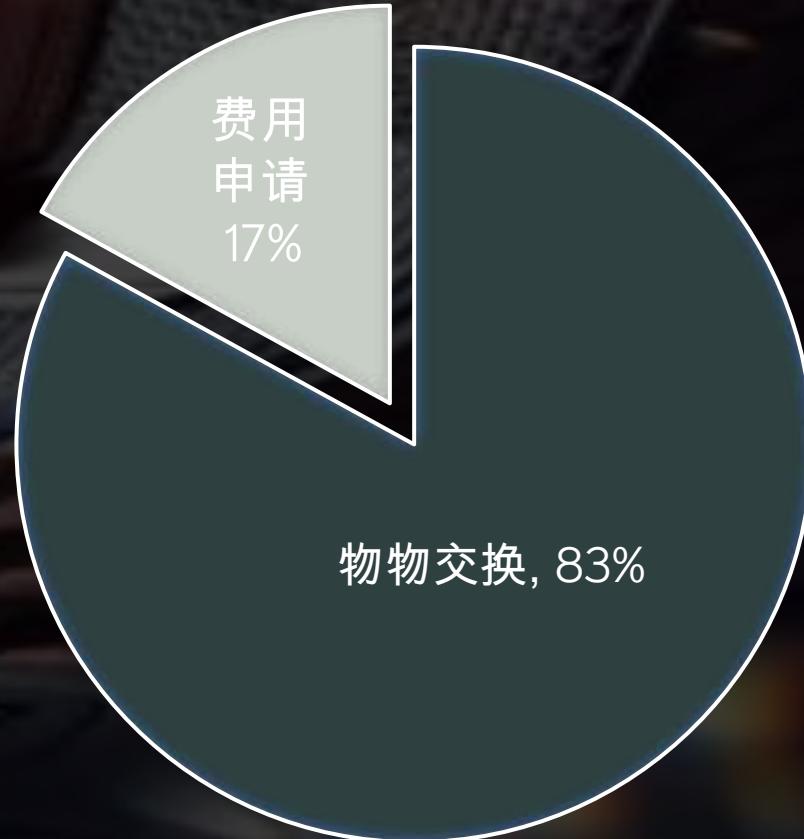
### ■ 物物交换：

方便，手续简便

### ■ 费用处理：

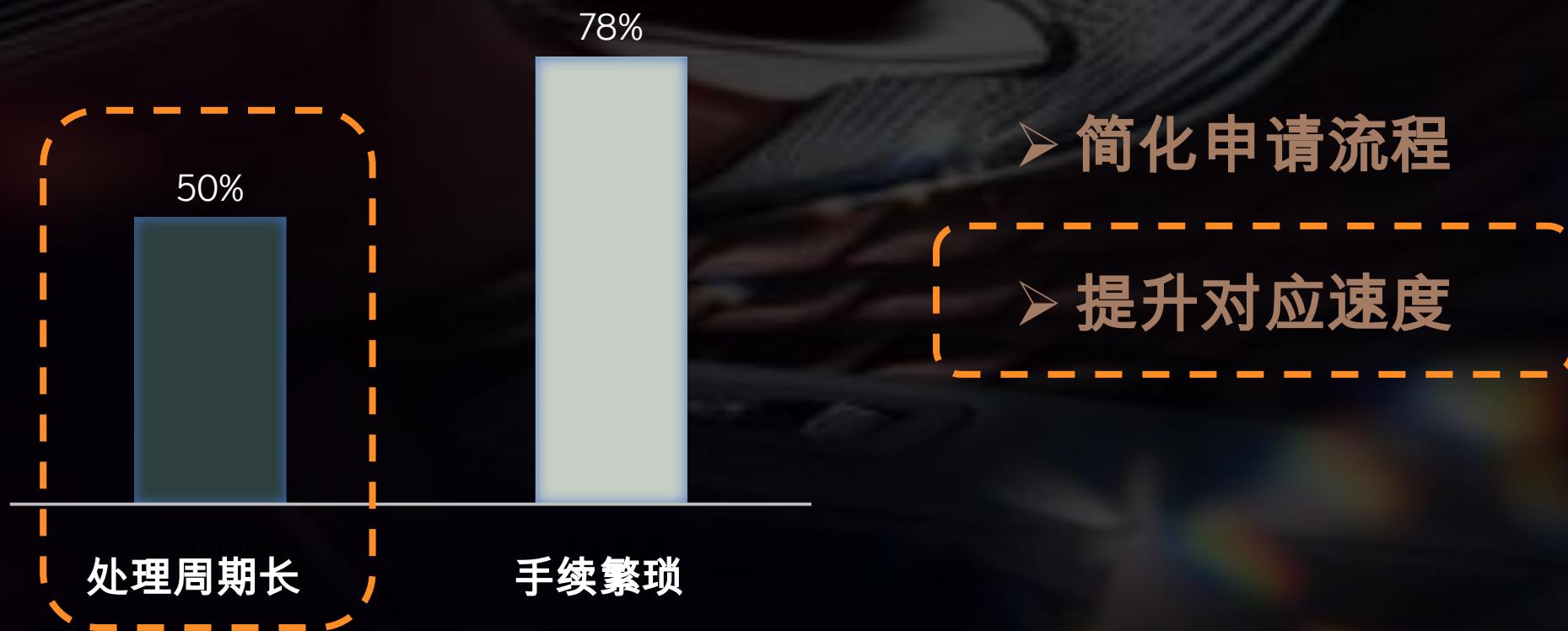
管理便利（与整车一致），可以灵活对应顾客

方便处理工时费用



# 保修相关调查

小区会调查结果统计 - 现有保修意见



# 重点品保修改善

针对下面三款量销产品进行保修改善



PZD6176100



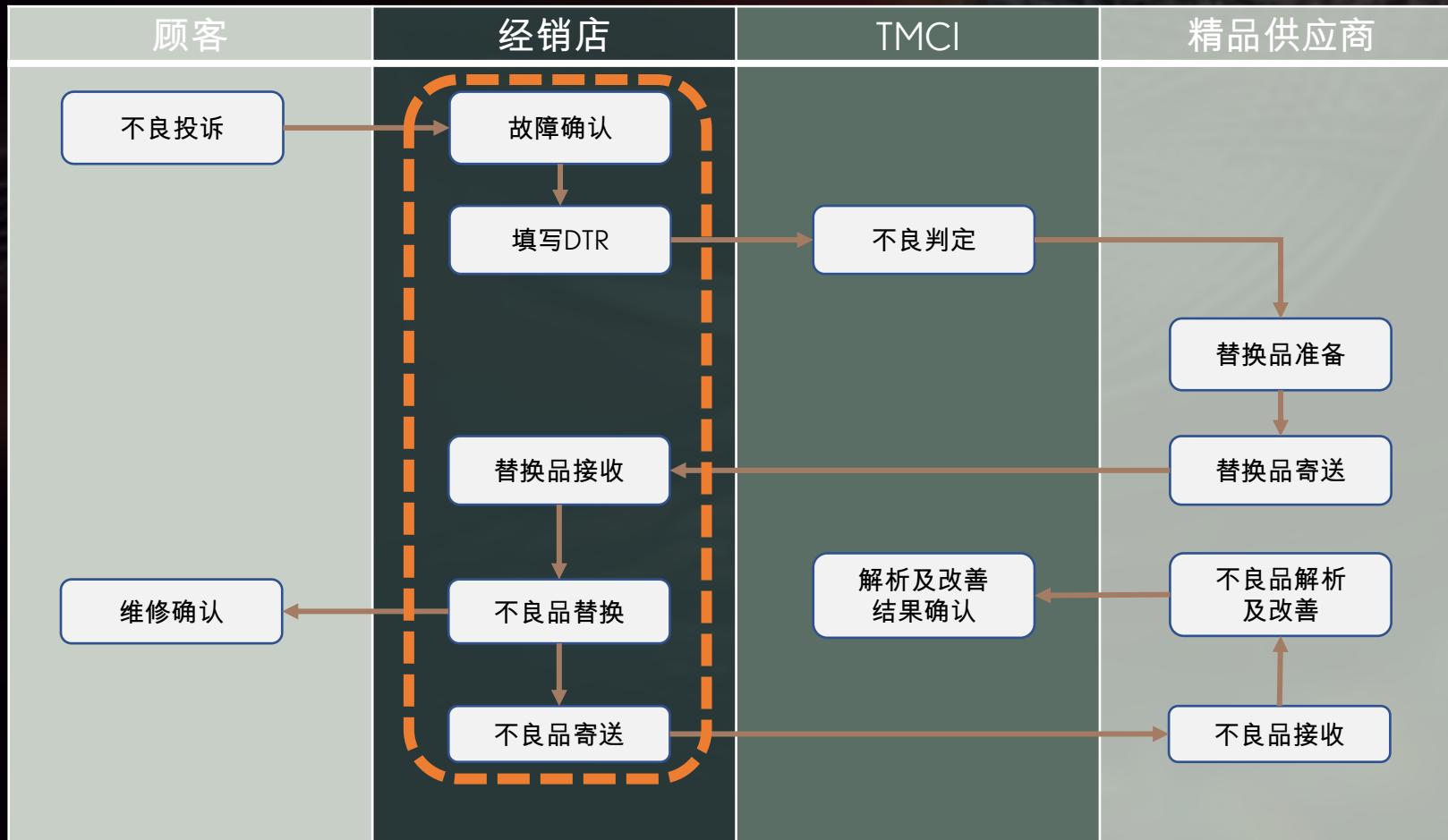
PZD6176200 / PZD6176400



PZD5048010

## 重点品保修改善

## 现有保修流程 (DIO-物物交换)



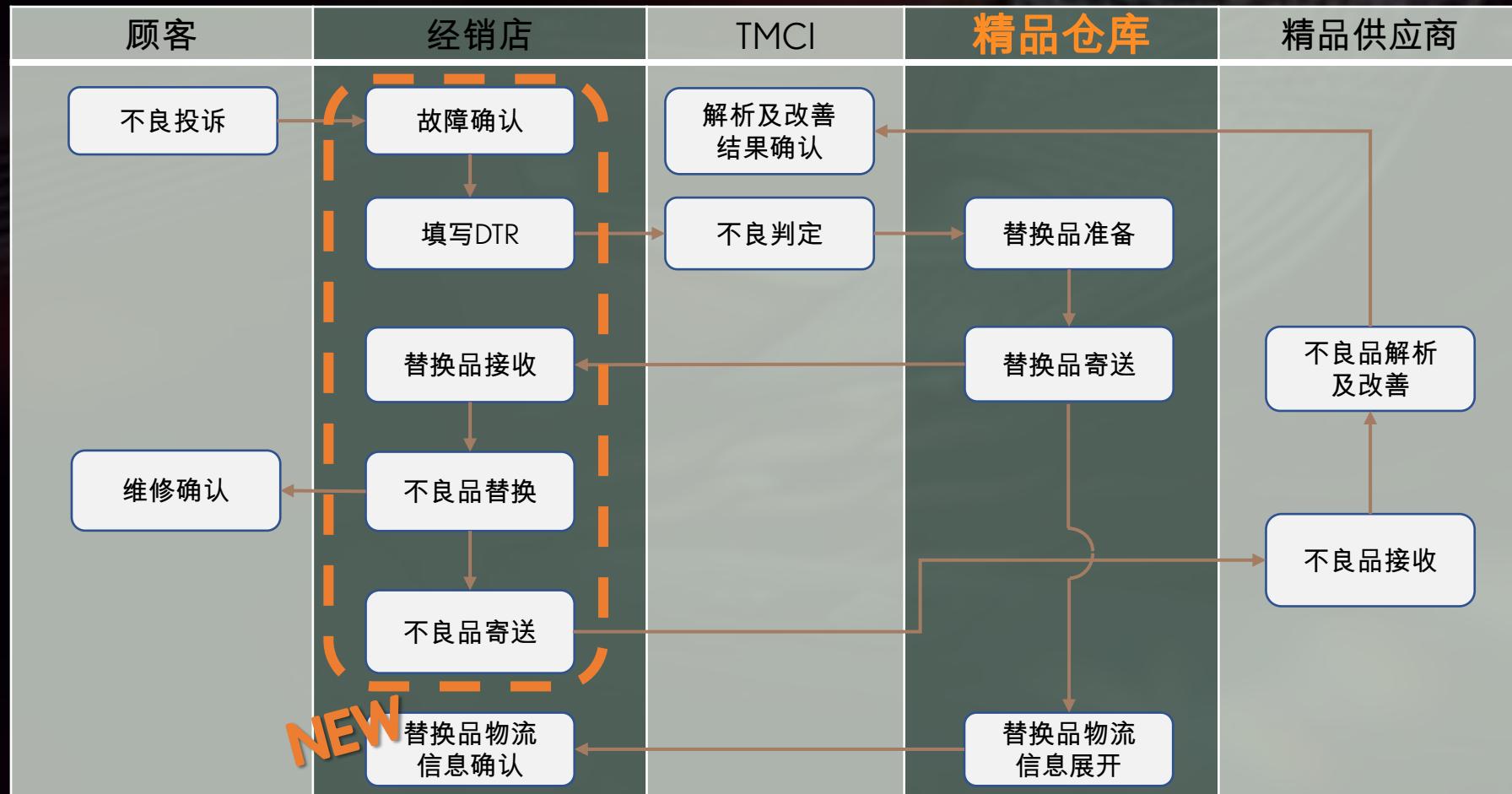
# 重点品保修改善

## 现有物物交换对应周期概要



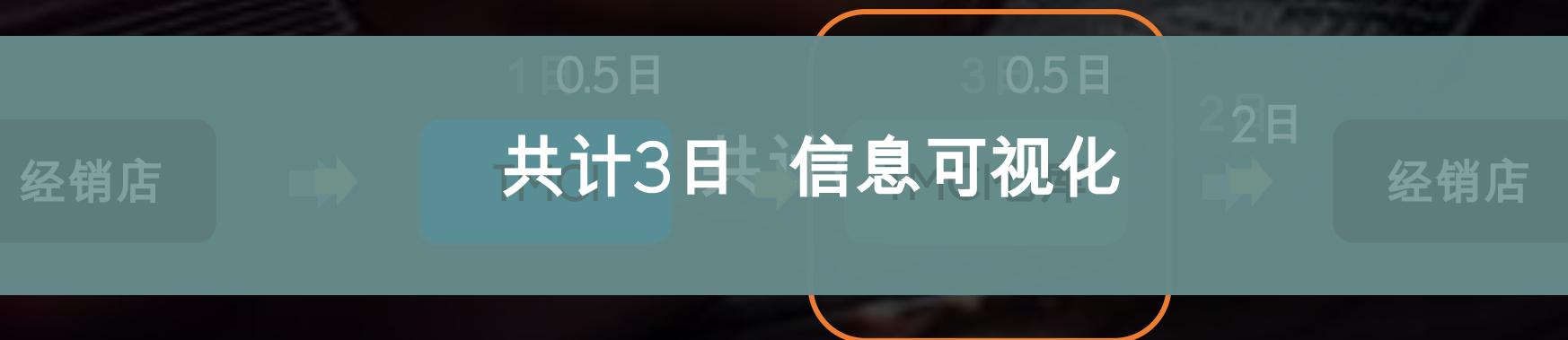
# 重点品保修改善

## 保修流程改善方案



# 重点品保修改善

改善后物物交换对应周期概要



# 重点品保修改善

重点品保修流程实施时间点及注意事项

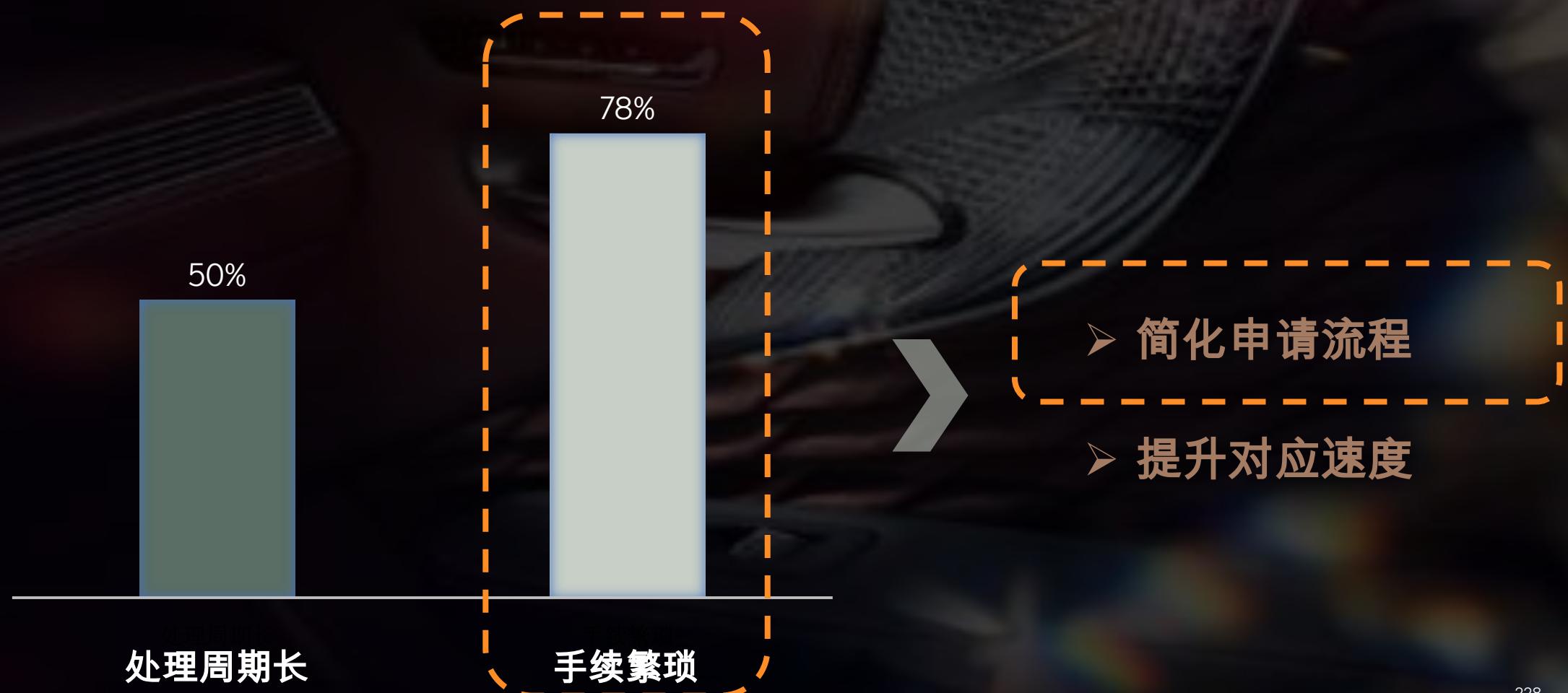
对象品目：



DATE: 8月26日

申请邮箱: [cbservice@tmci.com.cn](mailto:cbservice@tmci.com.cn)

# 今后保修方式改善计划



# 未来保修流程改善计划

## 保修申请现状



2020年



## 精品品质改善

- 1、汽车精品改善案例
- 2、生活精品改善案例

## 精品品质改善

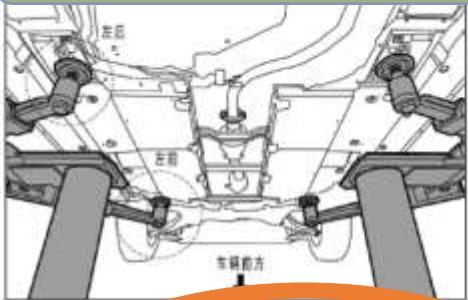
### UX侧门踏板



# 精品品质改善

## UX侧门踏板

2019年3月



1:参阅左图,设置车辆左后方举升点,并确保托盘支撑在平台上。  
(上述要领为左侧,右侧设置方法一致)

2:参阅左图,设置车辆左后方举升机托盘,并确保托盘支撑在平台上。  
(上述要领为左侧,右侧设置方法一致)

说明书明确举升点

二次开发 (正在检讨中)

修改前

修改后

修改后

修改后

构造变更, 符合经销商一般作业要求

# 精品品质改善

## 行车记录仪

经销商反馈有DVR产品脱落的信息



粘贴力设计基准

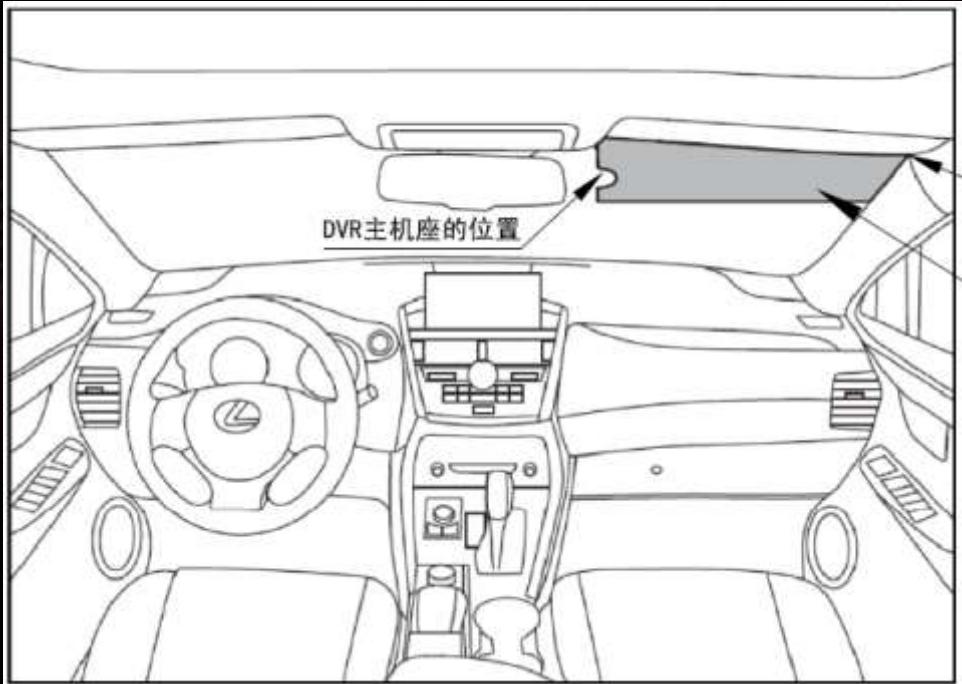
设计承重  
5Kg



记录仪重量  
0.13kg

# 精品品质改善

## 行车记录仪



\*双面胶为一次性使用产品，如发生剥离，粘着力会大幅下降

\*务必按照安装说明书进行标准作业

# 精品品质改善

## 行车记录仪



# 精品品质改善

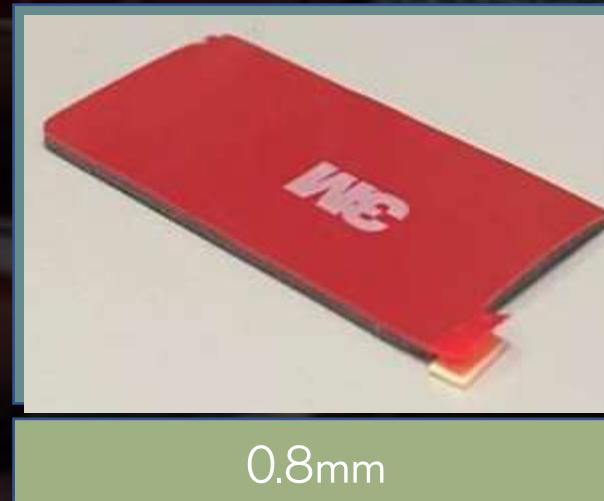
## 行车记录仪



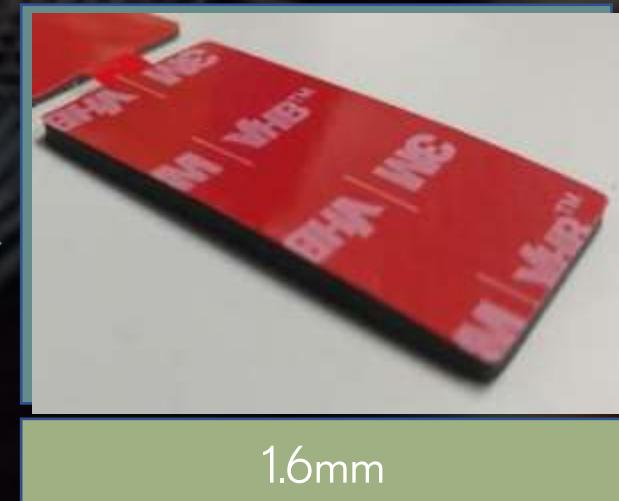
684mm<sup>2</sup>



1034mm<sup>2</sup>



0.8mm



1.6mm

■19年3月导入 面积增加50%

■19年7月导入厚度增加100%

# 精品品质改善

## 生活精品

### 案例：超纤钥匙包按扣易脱落



# 精品品质改善

## 生活精品

案例：自行车缺件



原因：  
小零件数量管控不严

改善方案：  
定数管理+称重管理

改善效果：  
2018年—2019年7月止

由25起→3起

# 精品品质改善

## 生活精品

改善无止境：Fsport背包，三折伞……

功能改善



设计改善



## 业务用品

- 1、冬季工服及安全鞋回顾
- 2、新款夏季工服介绍及上市时间

# 业务用品

## 冬季工服及安全鞋（2019年1月）



产品	价格（含税）	降价幅度	上市时间
冬季连体服	234.19		
冬季夹克	136.36	25%	2019年1月
安全鞋	198.05	—	

# 业务用品

新款夏季工服（2019年7月）



产品	价格 (含税)	降价幅度	上市时间
工帽	32.77		8月28日
POLO衫	57.63	8%	7月28日
夏季工裤	107.35		8月15日

## 业务用品



优质



品牌



低价





# 2019年雷克萨斯 精品供应业务说明

销售生活精品室 华南用品业务课

汪哲峰

22/08/19

# CONTENTS

## 目录

Part 01

◆供应实绩回顾

Part 02

◆系统相关改善

Part 03

◆业务流程改善

# 供应实绩回顾

2019年上半年供应率实绩回顾

# 2019年上半年供应率实绩回顾

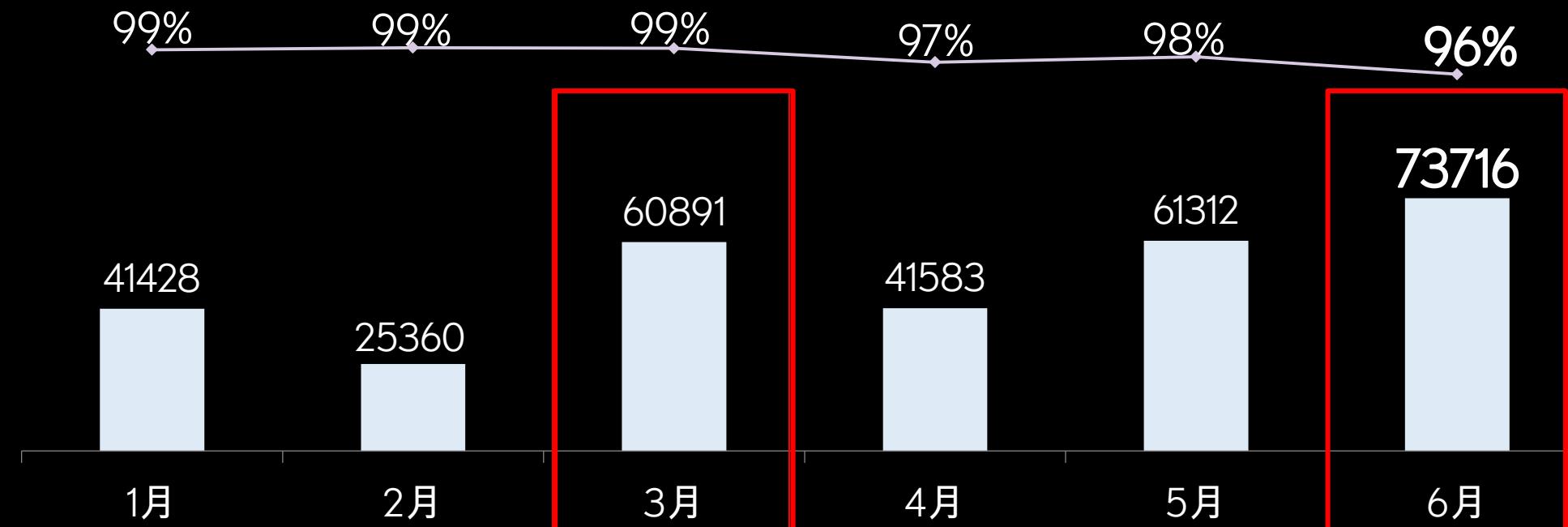
上半年供应率98%

销售峰值提前备货

加大畅销品库存基准

※供应率 = 有库存发货订单数/订单总数 (周间统计)

■ 订单数    ▲ 供应率



# 系统相关改善

- 1、过往系统改善功能说明
- 2、19年新改善功能说明
- 3、系统操作学习指引

# 过往系统改善功能说明

## DMS精品订单模块改善历程



2015

采购订单  
自动导入  
功能上线

2016

品目在库  
在途数&到  
货期信息  
可视化

2017

订单处理  
进度可视  
化

2018

集中加装  
订单功能  
上线

# 过往系统改善功能说明

## 订单处理进度可视化功能回顾



### 开发目的

- 把握订单是否发货
- 物流信息可视化



### 实际效果

- 大大减少电话询问
- 提高了工作效率

## 功能入口



# 过往系统改善功能说明

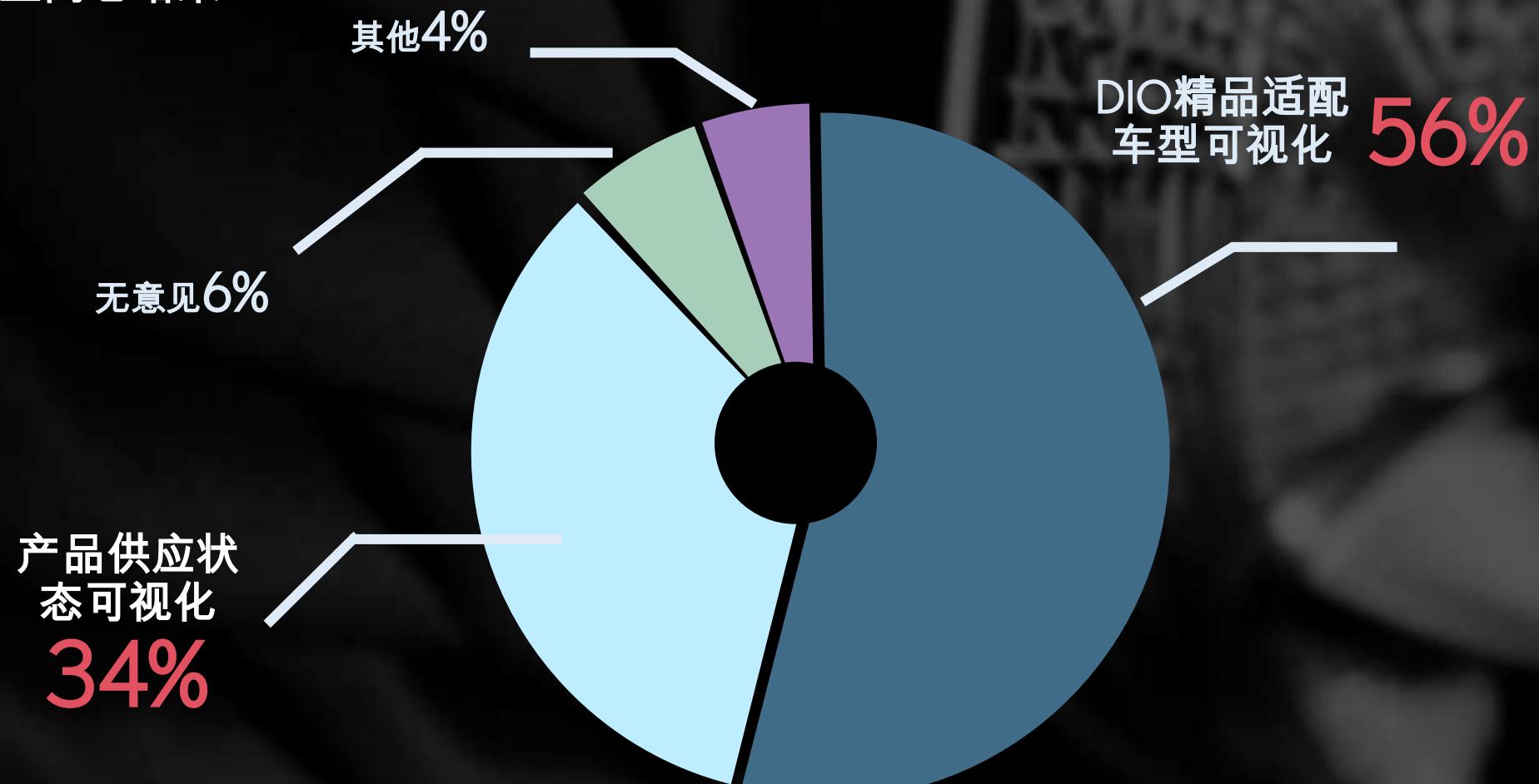
## 订单处理进度可视化功能回顾



	订单号	地点	订单发行日期	零件编号	零件描述	订单数量	发货实绩	处理进度	发货日期/发货数量 物流单号	库存不足- 预计入库时间
	BC1606463		17-05-21	PZD0700004	三角警示版(LEXUS)	1	1	已发货	2017/05/21 - 1 (0)	
	BC1607004		17-05-22	PZD7178193	倒车摄像头	2	2	已接收	2017/05/24 - 2 (013223470832)	
	BC1701100		17-05-20	20CNCL160059	膳魔师男士保温杯(银灰)	1,223,020	1,223,020	已到货	2017/05/26 - 1000000 (111111111116,111111111117,111111111118) 2017/05/24 - 200000 (111111111111,111111111112,111111111113) 2017/05/20 - 20000 (106936787960,106936787961,106936787962)	
▶	BC1701102		17-05-20	20CNCL160059	膳魔师男士保温杯(银灰)	30	16	库存不足	2017/05/21 - 10 (1234567) 2017/05/16 - 6 (2345678)	5/25 - 300

# 19年新改善功能说明

DMS精品功能改善调查问卷结果



# 19年新改善功能说明

## ■ 业务现状



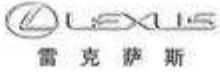
信息均为邮件通知

## ■ 问题点

- 信息分散，不便于整体查找检索
- 邮件内容易忽视和丢失



LEXUS 雷克萨斯中国  
丰田汽车(中国)投资有限公司  
北京市朝阳区光华东街8号SOHO中国广场  
南楼2008  
邮编: 100000  
电话: (010) 5757-4666  
传真: (010) 5757-6667  
网址: [www.lexus.com.cn](http://www.lexus.com.cn)



LEXUS CHINA  
Toyota Motor (China) Investment Co., Ltd.  
20th Floor, South Tower, China Overseas Plaza,  
No.8 GuanghuaDong, Chaoyang District,  
Beijing 100000, PRC  
Tel: (010) 5757-6666  
Fax: (010) 5757-6667  
URL: [www.lexus.com.cn](http://www.lexus.com.cn)

### 关于精品品目停供信息展开的通知

尊敬的各位雷克萨斯经销商总经理  
Cc: 各位精品经理、销售经理、零件经理、服务经理

大家好！  
感谢大家长久以来对于LEXUS雷克萨斯中国精品业务的大力支持！  
本次展开信息如下：  
附件清单精品由于产品线更新换代的原因,将在现有库存消耗完之后不再继续供应。  
如有需求, 可于DMS发行采购订单(最新库存信息可于DMS查询)。  
以上, 再次感谢大家对LEXUS雷克萨斯中国工作的支持。  
今后我们会继续推进各项改善, 也请大家积极反映意见和建议。

联络窗口:

地区	TMC1窗口	电话(座机)	邮箱
华北	张鑫	010-57576666分机6271	<a href="mailto:zhangx@tmci.com.cn">zhangx@tmci.com.cn</a>
华东	侯东霞	010-57576666分机6327	<a href="mailto:houdx@tmci.com.cn">houdx@tmci.com.cn</a>
华南	李晨	010-57576666分机6327	<a href="mailto:li.c@tmci.com.cn">li.c@tmci.com.cn</a>
供应窗口	汪哲峰	020-38912430分机179	<a href="mailto:wangzf@tmci.com.cn">wangzf@tmci.com.cn</a>

顺祝商祺！

芮岩

部长

精品部

LEXUS雷克萨斯中国

2019年4月8日

2019-04-08 16:58  
00

# 19年新改善功能说明

## ■ 改善方法



系统归档和可视化

## ■ 具体方案



DMS新增精品信息查询模块

LEDU4

## 精品业务

- 供应商
- 客户
- 精品零件
- 精品采购订单自动创建
- 精品采购订单
- 精品收货单
- 精品采购发票
- 精品销售订单
- 精品采购订单进度查询
- 已过账精品收货单
- 已过账精品采购发票
- 已过账精品发货单

**● 精品信息查询 | 新增**

# 19年新改善功能说明

## ■ 查询界面效果(预想)

品番	品名	加装方式	适用车种	适配车型代码	供给状态	DNP	MSRP
PZD5078010	侧门踏板(酷炫版)	LEXUS_DIO	NX	GWL10L-BEXQB	正常供应	600.00	1200.00
PZD8148001	非接触式感应开启尾门	LEXUS_DIO	RX	GYL15L-AWXGKW	停止供应	800.00	1500.00
PZD6676010	自动折叠后视镜	LEXUS_DIO	UX	URJ201L-GNTGKC	清库中	1200.00	2400.00
PZD6176400	行车记录仪(带屏款)	LEXUS_DIO	COMMON	USC10L-FCZRHC	暂停供应	80.00	120.00

# 19年新改善功能说明

## ■ 推进日程



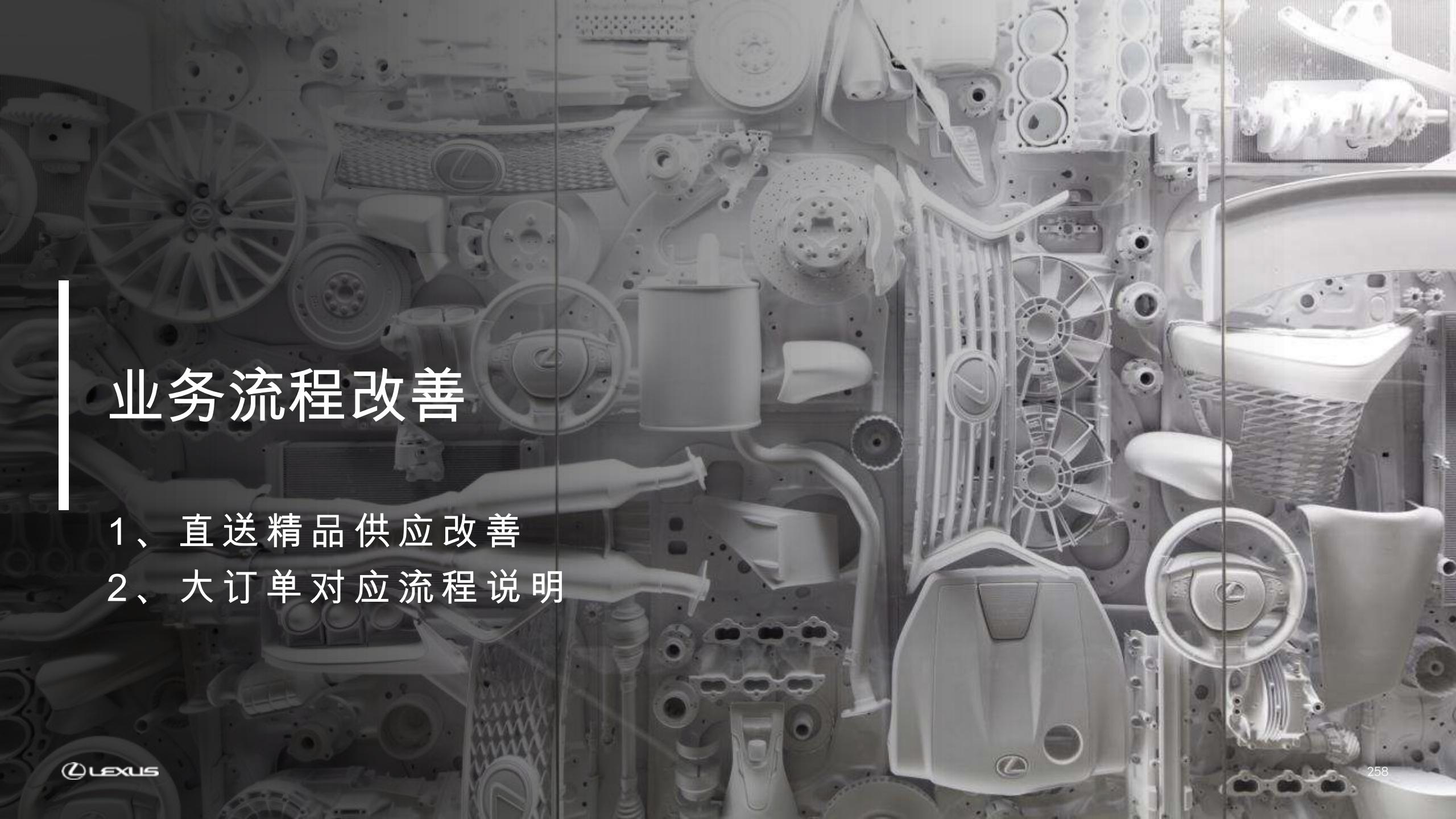
# 系统操作学习指引



所有系统操作均可登录E-learning进行在线学习，网址：<http://e.lexus.com.cn>  
账号密码可向店内系统管理员获取。



序号	课程分类	课程编号	课程名称	课程类型	课件名称
1	系统类	L-SYS-0104	新版L-DMS基础培...	必修	<a href="#">00 目录</a>
2	系统类	L-SYS-0104	新版L-DMS基础培...	必修	<a href="#">01 基础信息</a>
3	系统类	L-SYS-0104	新版L-DMS基础培...	必修	<a href="#">02 精品采购</a>
4	系统类	L-SYS-0104	新版L-DMS基础培...	必修	<a href="#">03 DIO集中加装精品业务</a>
5	系统类	L-SYS-0104	新版L-DMS基础培...	必修	<a href="#">04 精品销售</a>
6	系统类	L-SYS-0104	新版L-DMS基础培...	必修	<a href="#">05 精品查询</a>
7	系统类	L-SYS-0104	新版L-DMS基础培...	必修	<a href="#">06 常见问题</a>



# 业务流程改善

- 1、直送精品供应改善
- 2、大订单对应流程说明

# 直送精品供应改善

## ■ 直送精品业务发展

18年9月以来：太阳膜和折叠自行车

## ■ 直送精品供应改善

19年5月以来：2日内供应率考核 精确备货指示

## ■ 改善效果

2日内供应率：5月99% 6月100%

# 大订单特别对应流程说明

Q 订单对应现状



按订单先后顺序发货

？ 问题点：单品目订单数过大会造成库存迅速耗光



⑥ 其他经销商失去了订购该产品的机会

人 ⑦ 长期缺货不利于产品的销售惯性培养

⑧ 品目生产供应的正常节奏被打乱

# 大订单特别对应流程说明

大订单： 单店单次订单数超过该品目全国一周订单数

对应流程：

非大订单  
正常发货

大订单  
销售地担协调方案  
(分批发货或选购有库存类似品目)



LEXUS

EXPERIENCE AMAZING