

汽车销售的AI助手

连接客户记录、车型知识与跟进行动，服务汽车门店的一线工作。

01 解决什么问题

客户需求散落在聊天与记忆里，记录容易遗漏；沟通后缺少清晰的下一步；车型与竞品知识查询耗时。产品从这些高频工作切入，辅助人员整理信息、回答问题和推进跟进。

02 谁使用，谁购买

使用人员覆盖销售顾问、网销人员、主管与售后顾问。拟由门店或集团购买，店总和业务负责人参与评估。具体预算归属、采购流程与席位范围需要在试点中确认。

03 当前可体验的内容

网站选取部分核心场景进行交互演示，使用示例客户数据，包括工作台、跟进、记录、润色、知识问答及竞品卡；这些展示不代表产品全部能力。更多流程与工具可进入完整试用探索。演示不等于已实现真实业务效果；实际试点、付费收入与续费数据尚未披露。

04 阅读路线

本介绍围绕核心工作场景，说明产品能力、团队协作、购买价值、市场与增长、业务验证、行业扩展及合作方式。价格和经营数字均有假设说明，合作细节可进一步详谈。

竞争承压，服务效率更重要

2025 年数据说明渠道经营压力与模式变化。产品从一线记录、答疑和跟进工作切入，实际价值需通过试点验证。

55.7%

受访经销商亏损

经营压力传导到门店。

81.9%

受访经销商价格倒挂

成交之外，更要关注净贡献。

过半

代理与直营合计占比

仅限新能源独立渠道销售网点。

一线工作切入点

客户反复比价：答得专业。

沟通信息分散：记得完整。

跟进交接脱节：行动清晰。

项目判断：渠道模式在变，门店更需要连贯的客户服务。以上工作问题需通过门店访谈验证；行业数据不能证明 AI 产品已带来增量成交。

来源：经销商生存调查（浙江省经济信息中心转载证券日报）；中国汽车流通协会渠道报告。2025 年口径，非实时指标。

把沟通变成可执行的下一步

示例：客户认可试驾体验，家人仍有顾虑，希望进一步了解置换费用。

01 记录客户

销售 / 网销

保留预算、用途、决策参与人、主要顾虑与下次联系时间。

02 辅助跟进

销售顾问

结合客户进展和车型知识，准备策略、回复草稿与所需资料。

03 查看待办

销售 / 主管

确认下一次沟通与到店安排，跟踪行动进展并及时交接。

人员确认，AI辅助

价格、承诺与最终行动由人员核实。当前体验按独立示例页面展示，不自动衔接保存的数据；正式联动能力需在试点中验证。

把客户信息变成行动

输入、辅助结果和人工确认组成可理解的使用过程。

01 智能工作台

输入：客户状态、历史记录与待办。辅助：汇总今日行动，呈现跟进优先级与关键提醒。使用：人员确认今天先联系谁、准备什么。验证重点：跟进及时率、任务完成率和遗漏情况。

02 AI 辅助跟进

输入：客户需求、沟通进展与主要顾虑。辅助：整理关注点，建议下一步策略，提供回复草稿。使用：销售结合真实情况修改并执行。验证重点：建议采用率、后续任务完成情况和持续使用。

03 AI 极速记录

输入：语音或一句话沟通记录。辅助：提炼客户要点与下次跟进事项。使用：人员核对后留存。验证重点：单次记录耗时、信息完整度及纠错频率。演示能力与正式系统接入范围需分别确认。

04 记录、跟进与行动如何连接

记录负责保留事实，跟进负责辅助判断，工作台负责呈现行动。客户信息更新后，应服务后续沟通与团队交接。流程联动、数据同步与门店现有系统对接需要通过实际使用验证。

让专业表达更容易

以客户关心的问题组织知识和沟通，人员对最终内容负责。

01 话术润色

输入：销售准备发送的文字。辅助：调整语气、长度和表达，使内容自然、清楚。使用：保留真实信息，人工检查价格、承诺和适用条件。验证重点：修改耗时、采用情况与客户沟通反馈。

02 AI 问车 / 知识库

输入：车型、配置、用车或销售知识问题。辅助：快速查询并组织说明。正式应用应明确知识来源、车型版本和更新时间，降低过期内容的影响。验证重点：回答准确性、查询效率和知识维护成本。

03 竞品战术卡

输入：客户考虑的车型及关注点。辅助：组织配置、使用场景与体验差异，准备沟通参考。使用：围绕真实差异表达，不直接复用未经核实的数据。验证重点：资料准确性、实用性和更新效率。

04 与其他工具如何配合

CRM 侧重客户与流程管理，通用 AI 提供广泛问答。项目的产品方向是结合客户进展和汽车知识，建议下一步跟进。与现有工具的具体差异、替代或互补关系需通过门店对照使用确认。

工作台与跟进

智能工作台

待办汇总与行动优先级



AI 辅助跟进

客户顾虑、建议策略与回复草稿



截图来自交互演示，使用示例客户数据。车型、价格与话术仅作界面展示。
正式应用内容需按实际知识与业务条件核验。

记录与表达

AI 极速记录

语音或一句话整理客户信息

操作界面细节



记录沟通要点

- 1. 输入客户需求与顾虑
- 2. 选择语音或文字记录
- 3. 核对信息后保存

话术润色

调整语气，让表达自然、清楚



截图来自交互演示，使用示例客户数据。车型、价格与话术仅作界面展示。
正式应用内容需按实际知识与业务条件核验。

知识与竞品

AI 问车 / 知识库

快速查询车型知识与沟通参考

操作界面细节



围绕客户问题查询

1. 选择车型与问题
2. 查看知识与沟通参考
3. 核实后用于专业答疑

竞品战术卡

围绕客户关注点查看差异



截图来自交互演示，使用示例客户数据。车型、价格与话术仅作界面展示。

正式应用内容需按实际知识与业务条件核验。

投入、衡量指标与回本条件

拟以门店年度订阅为主，按需提供实施服务。购买判断应结合效率、使用和实际经营贡献。

价值维度	衡量指标	评估方式
效率	记录与查询耗时	比较使用前后耗时与信息完整度。
过程	跟进及时率 / 完成率	观察客户事项是否及时执行。
使用	周活跃 / 建议采用	确认团队是否持续使用。
经营	可归因增量贡献	扣除额外折扣、佣金与履约成本。

定价与回本情景

5,999 元 拟定月均费用	71,988 元 对应年费	2 台 月增成交回本
-------------------	------------------	---------------

按每台新增成交净贡献 5,000 元计算，月增 2 台可覆盖订阅费。若净贡献为 2,000 元，则需 3 台。以上仅覆盖订阅费，未计实施费与其他新增成本，不是已验证效果或收益承诺。

先跑通单店，再复制

市场容量说明空间，获客与留存决定能否实现收入。

01 市场基数与理论容量

使用 2025 年底全国 4S 网络 32,432 家作为测算基数。按月均 5,999 元、全年订阅计算，理论容量约 23.35 亿元。该结果假设全部门店付费，不代表可服务市场、收入预测或现有客户规模。新能源及其他渠道未去重，不直接叠加。

02 渗透率情景

假设 1% 渗透率，约 324 家门店，年化订阅收入约 2,332 万元；假设 5%，约 1,622 家，约 1.17 亿元。门店数四舍五入，未计折扣、流失、税费及实施收入。渗透率只是情景参数，不是增长目标。

03 拟定获客路径

从有持续线索跟进需求的汽车门店开始，与业务负责人共同确定试点场景。积累可核验结果后，探索同类门店、经销商集团与行业服务商合作。首批品牌、区域、渠道资源及销售周期尚需确认。

04 复制能力与长期积累

把门店配置、知识导入、培训和效果评估做成可重复的流程。关注部署耗时、服务成本、活跃使用与续费。计划通过经授权的业务反馈、可维护的行业知识和交付经验积累能力，现阶段不宣称已形成独有壁垒。

用真实结果回答投资问题

拟定 8-12 周验证方案；以下为计划，不表示已有门店参与。

01 阶段一：建立基线

明确试点人员与高频场景，记录原有工作耗时、跟进及时率和线索进展。统一统计口径，标明样本、周期和客流条件。确认数据授权、知识范围与人员培训要求。

02 阶段二：观察使用与质量

追踪周活跃人员、功能使用、建议采用、记录纠错及知识回答质量。区分一次体验和持续使用，观察不同角色是否确实受益。同步记录客户问题、产品调整和服务投入。

03 阶段三：评估经营与付费

对比同期基线或可比团队，考虑促销、客流、车型供给等因素。核算可归因增量贡献，访谈采购负责人，验证付费与续用意愿。达成阶段结论后，再制定复制计划与可检查目标。

04 投资沟通需要的证据

真实门店与付费规模、使用留存、改善结果、获客成本、毛利及续费；同时需要团队经验与可核验成果。融资金额、用途和资金周期可联系详谈。知识准确性、员工采用率、客户权限与系统集成是重点验证项。

更多行业，同样需要专业服务

汽车是当前切入点，跨行业适配属于长期探索。

01 房产：需求匹配与看房跟进

可探索预算、区位、家庭需求整理，辅助房源知识查询、看房记录和持续跟进。房源信息更新、实际交易条件与业务流程需要单独适配；不能直接复用汽车知识与报价规则。

02 奢侈品与医美

奢侈品可探索偏好记录、产品咨询、预约服务与长期客户维护。医美可探索服务知识、沟通记录、预约及回访；医疗判断由专业人员负责。各行业的知识、数据权限和人员流程需独立验证。

03 合作方向与联系

门店试用、场景共建、渠道协同与投资交流，欢迎联系详谈。联系人：夏川云；手机：13388179257；邮箱：794990466@qq.com。项目网站与完整产品试用均可通过下方链接访问。

04 来源、链接与内容边界

门店数据来源：中国汽车流通协会《2025-2026年度行业发展报告》。产品信息依据当前网站及交互演示。团队示例为销售 12、主管 3、网销 5、售后顾问 6，共 26 人，非全国平均。行业扩展未计入市场测算，业务效果及收入尚未验证。

项目网站

完整试用

数据来源