

2024瑞豹上半年度汇报

目录

01

销售概况

SUMMARY SALES

02

用户画像

USER PORTRAINS

03

售后问题

AFTER-SALES

04

工作规划

WOR PLANING

05

问题反馈

PROBLRM FEEDBACK

01 上半年业绩汇报



上半年销售概况



销量分布



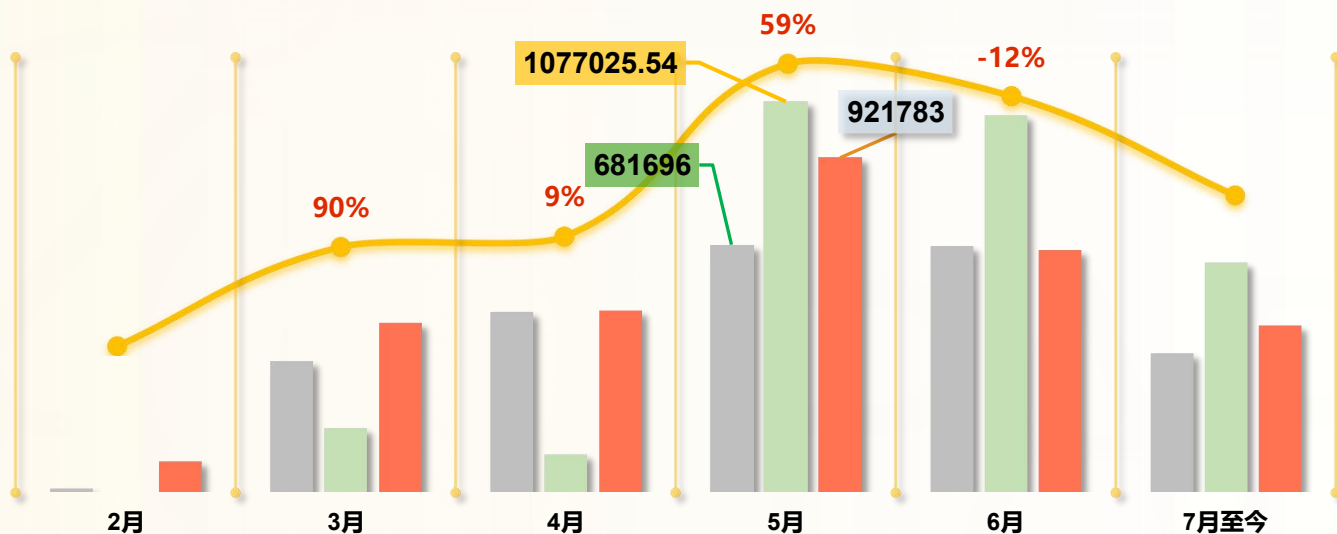
热销车型销量

公司上半年销售概况

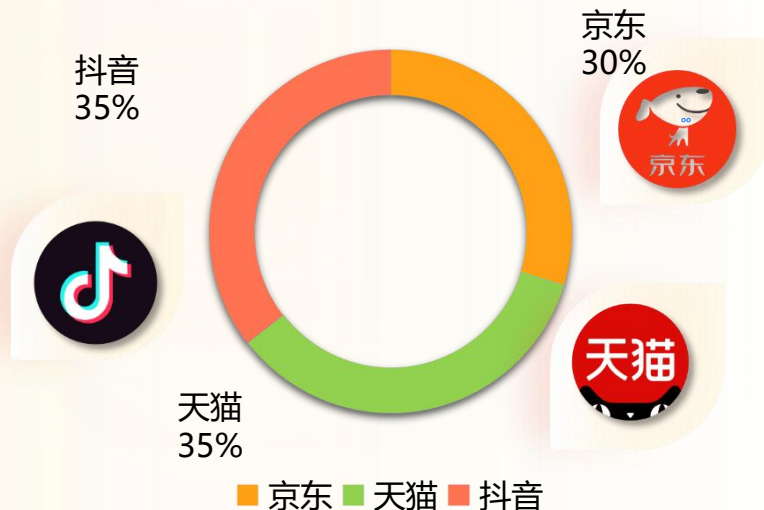
平台上半年度销售数据

截至目前，公司总营业额为**840万**，2月到6月平均环比增长**36.5%**，整体呈增长趋势。

■ 京东 ■ 天猫 ■ 抖音



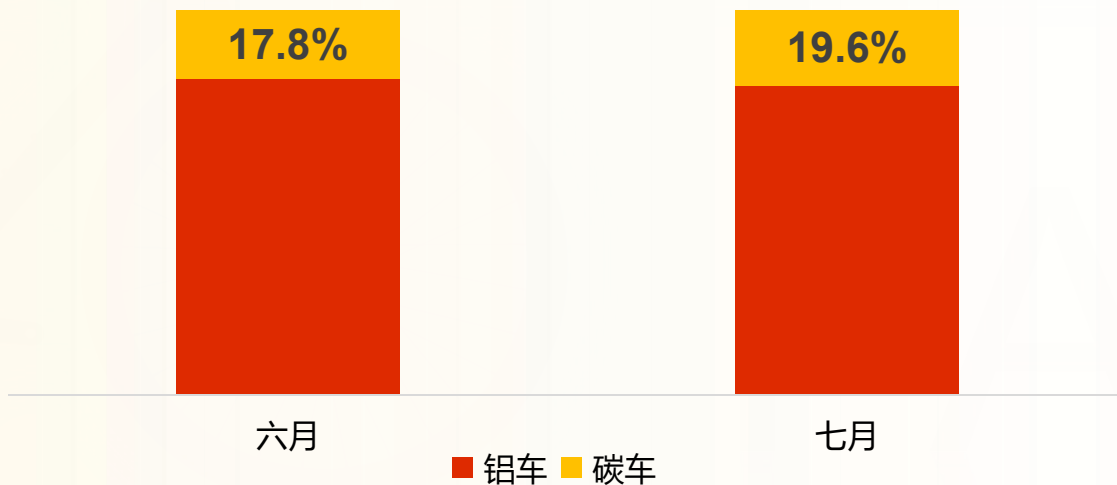
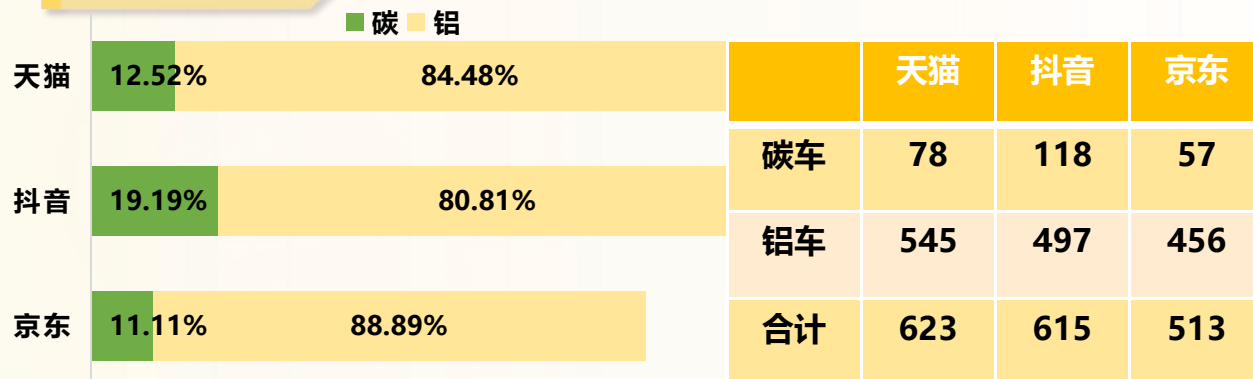
平台销售占比



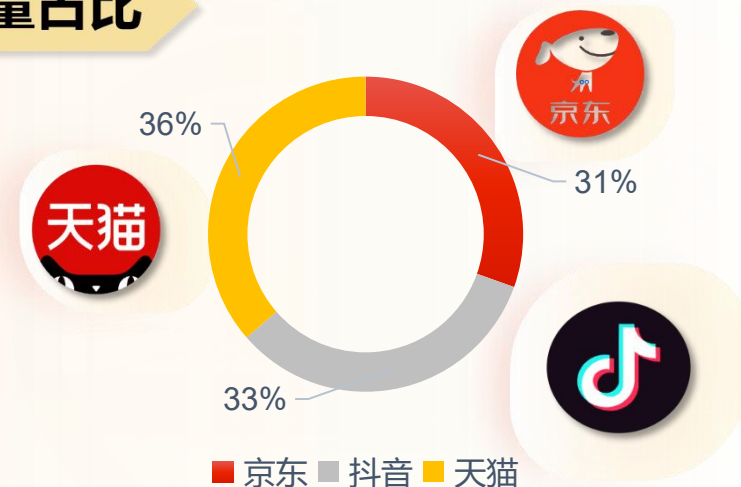
抖音、天猫、京东的**销售额占比为35%、35%、30%**。

销量分布

销量分布



销量占比



上半年，公司在天猫、抖音、京东三个平台共售出1751辆公路车，其中碳车253辆，占比14.5%、铝车1498辆,占比85.5%。六月碳车占比17.8%，七月占比19.6%。

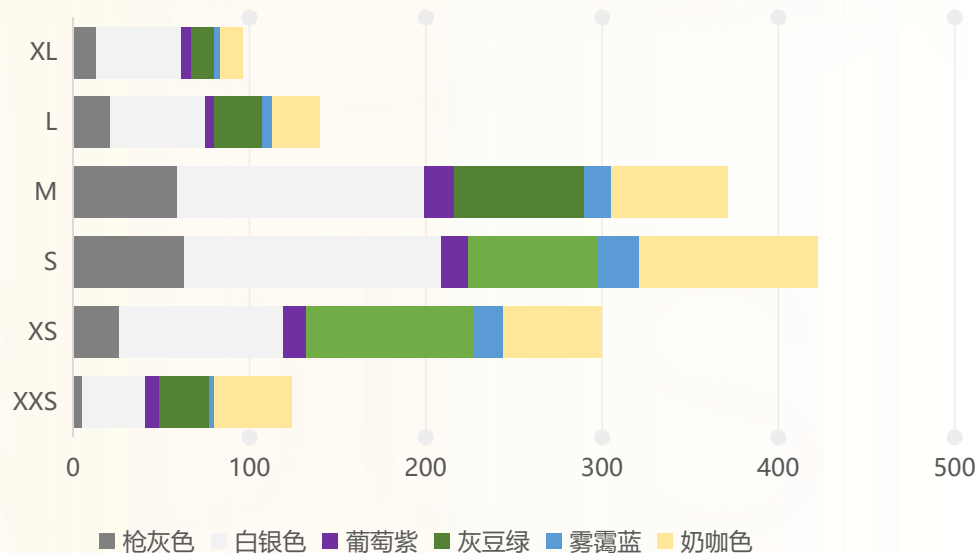
热销车型销量

热销车型销量



在所有车型之中，销量最高的为**SUPER AL**，共计卖出**1453辆**。最畅销的颜色为**白银色**，顾客购买最多的尺码为**M码**。

车型	合计
SUPER AL	1453
SUPER SPORT	123
Spark Sport	43
2024 SPARK SPORT	43
EXPLORE sport	21
SPARK RS	16
ROBIN RS	8
TRAVELLER SPORT	7
SPARK TOURIST	5
合计	1751



02 消费者画像



用户特征



用户地域



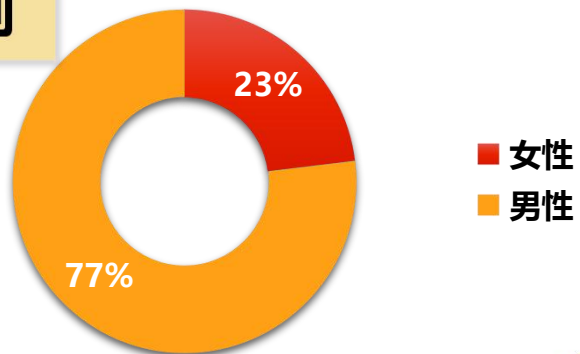
用户倾向

PARDUS

用户特征

用户主要为**18-29岁的高学历男性用户**，职业为个体经营人员和学生，后续业务将主要加强女性消费者挖掘。

性别

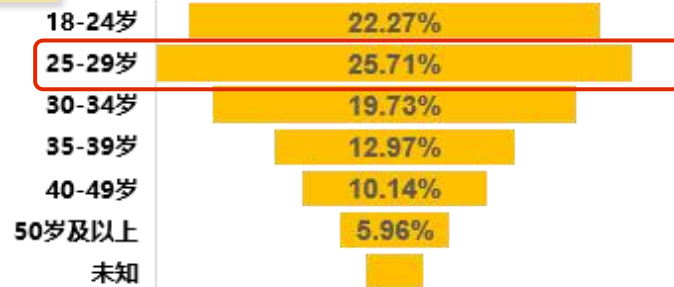


性别



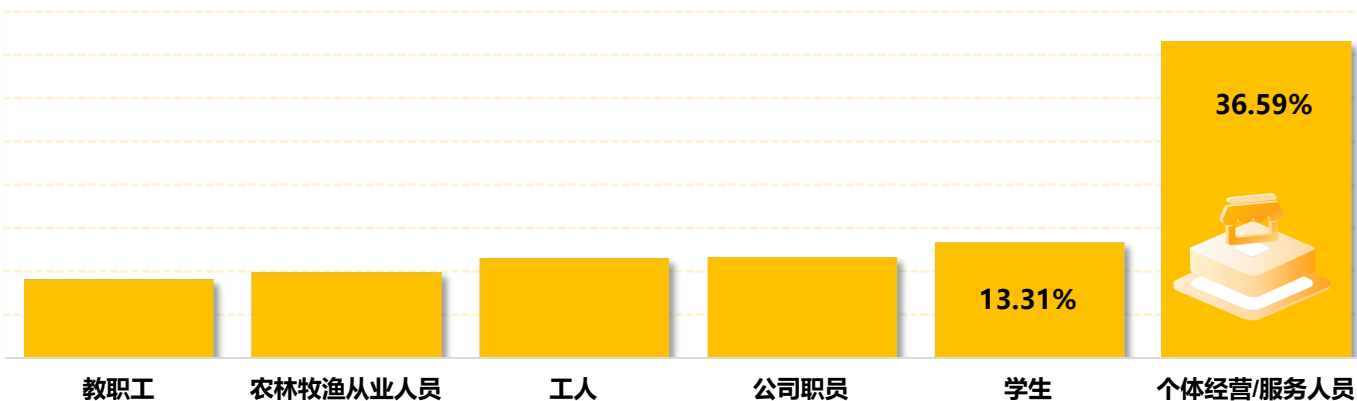
学历

年龄

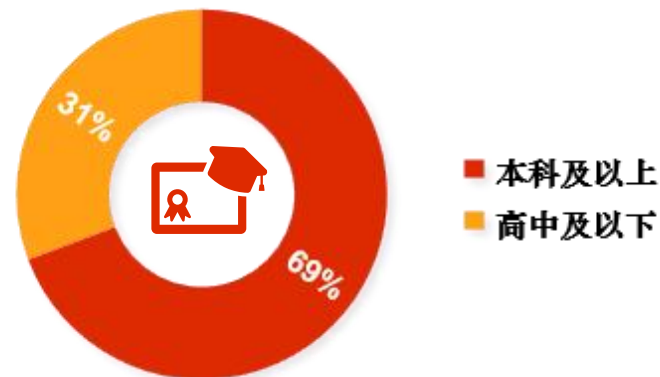


职业

■ 教职工
 ■ 农林牧渔从业人员
 ■ 工人
 ■ 公司职员
 ■ 学生
 ■ 个体经营/服务人员



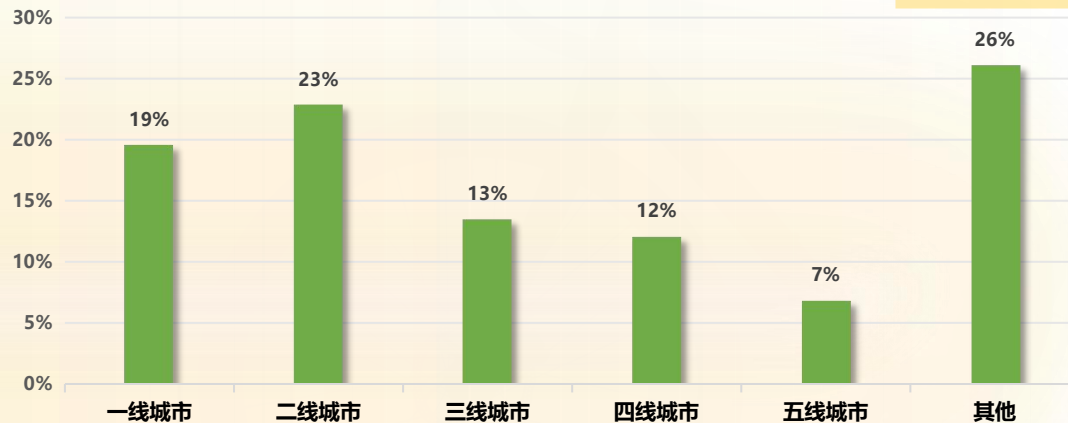
学历



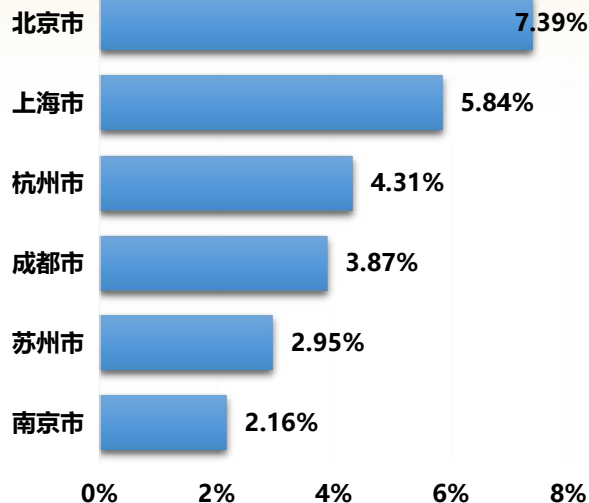
用户地域

主要消费群体来源于一二线城市，地区经济发达，用户消费能力强。

城市



省份



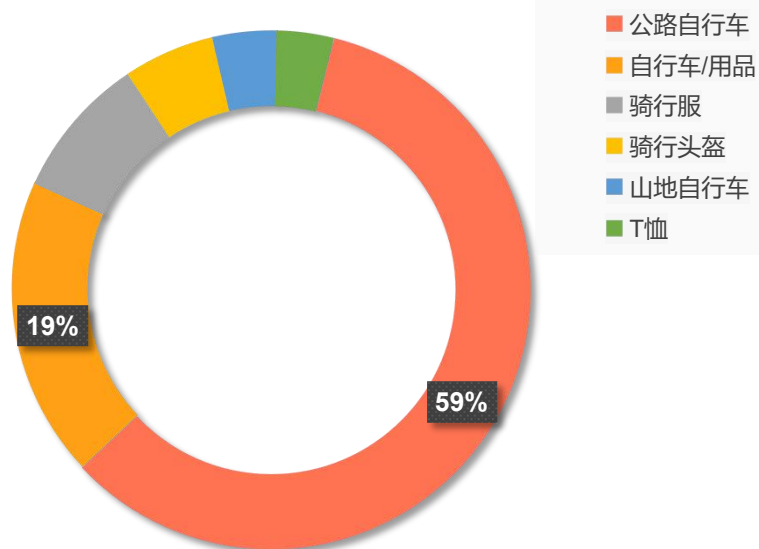
北京



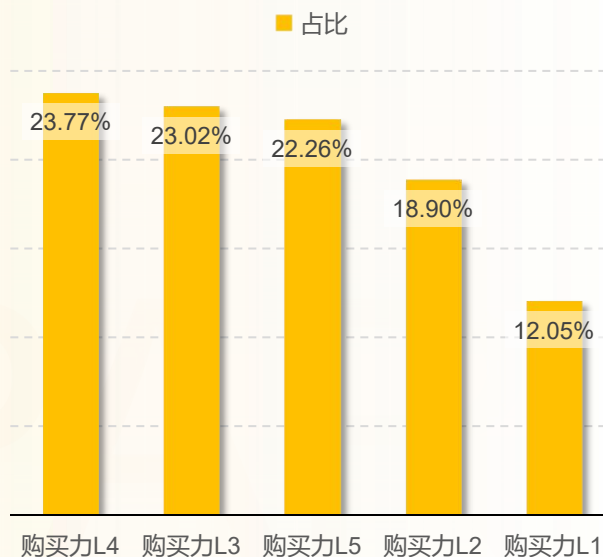
用户倾向

根据平台后台反馈的数据来看，消费者浏览的主要类目和公路自行车相关，并且购买力主要为L4和L3。其中，平台赋予用户的角色为二手买家和运动一族。

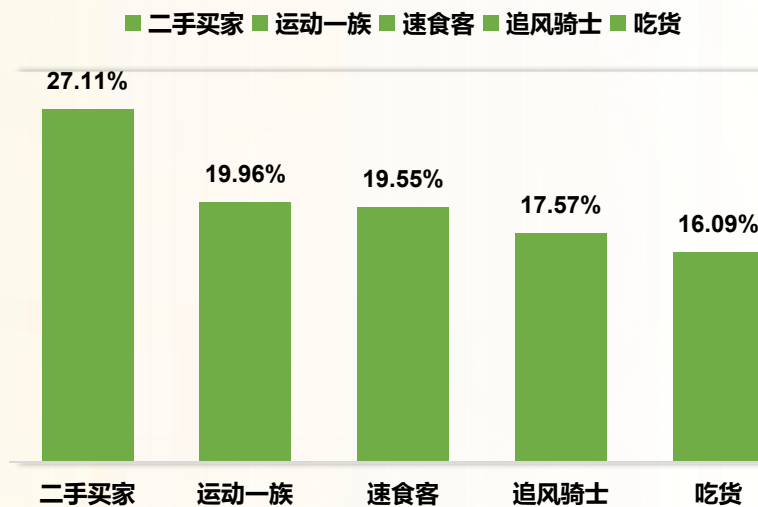
用户浏览产品类目



购买等级



兴趣偏好度



03 售后问题



问题复盘



售后评价问题



售后建议

PARDUS

售后问题复盘总结

售后常见问题

车辆调试 32%

- 蹭链 蹭碟 (22)
- 刹车调试 (21)
- 变速问题 (7)

外观瑕疵 17%

- 磕碰/掉漆 (41)
- 外观脏污 (4)
- 漆面工艺 (3)

七天无理由退货 2%

产品质量 32%

- 内胎漏气 (14)
- 中轴异响 (10)
- 尾钩歪斜 (8)
- 刹车异常 (6)

产品质量

服务

运输

售后评价问题反馈

漆面破损

中轴异响

碟片倾斜

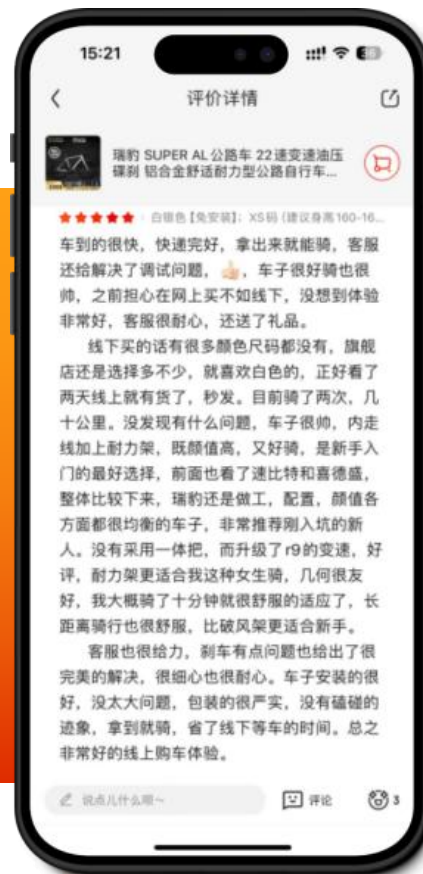
产品质量

车辆调试

线下服务

对接发货

服务



售后建议

瑞豹



产品质量

产品质量主要出现的问题在刹车调试、中轴异响、碰漆掉漆等问题，建议加强产品质检。



服务

工厂对接发货问题较多，发货慢，回馈单号慢，导致店铺收到处罚，评分降低，影响流量，提高线下的服务，附赠一定的保修服务，门店解决售后和人员培训的问题



运输

产品在运输途中，部分产品配件容易受损。因此后续建议厂商加强产品配件的包装。

04 下半年规划



销售计划



实施方案



产品推广



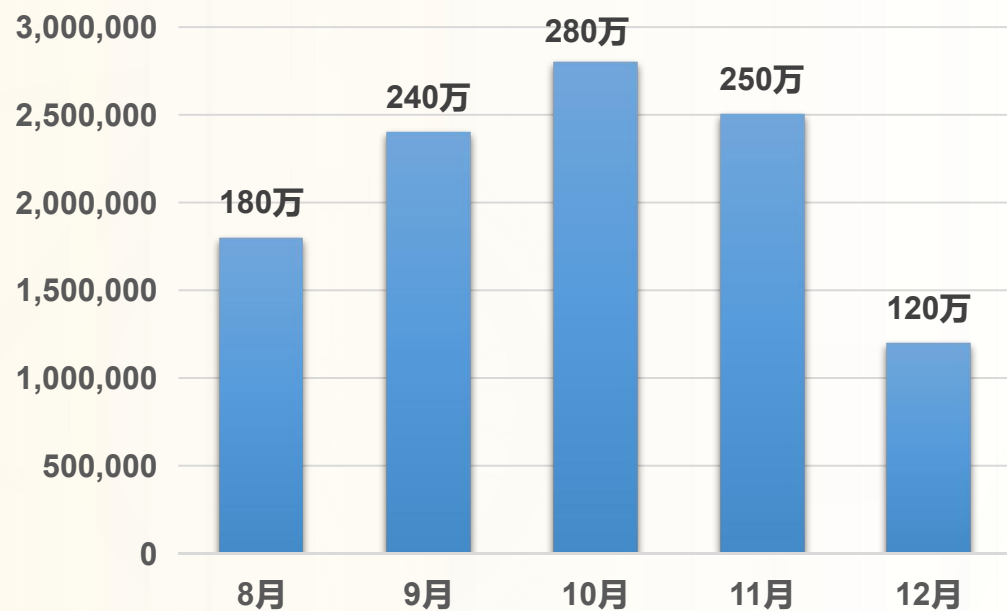
流量获取

PARDUS

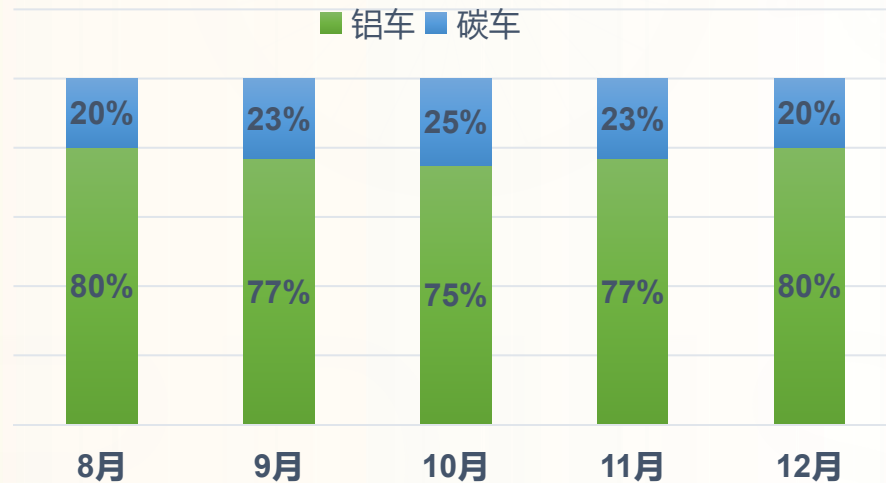
销售计划

天猫计划总销售额为**1070万**，后续销售将提高每月碳车销量占比到**25%**。

天猫下半年销售规划



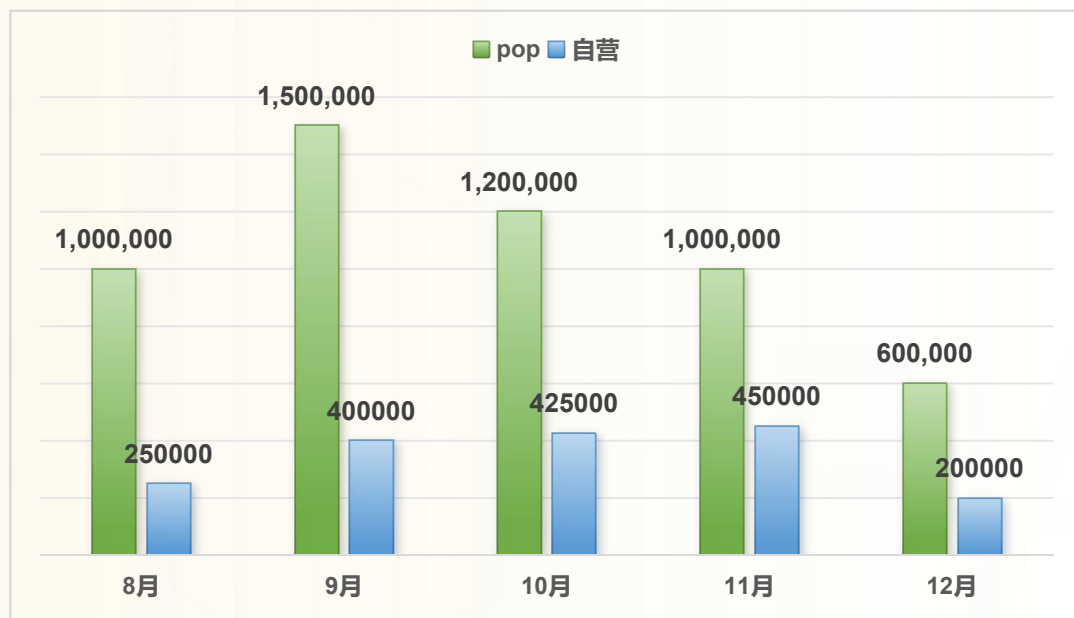
天猫车型销售占比



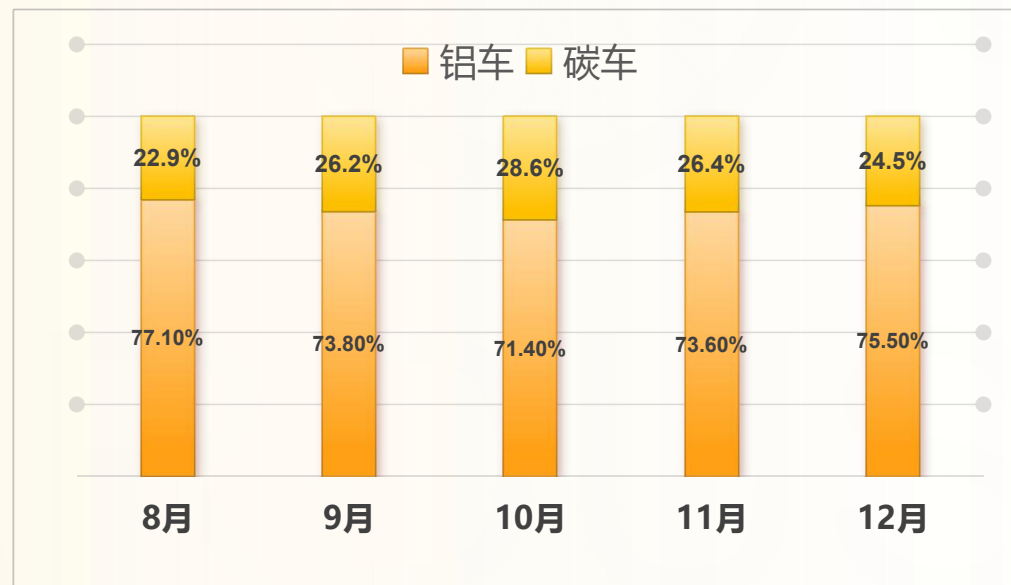
销售计划

京东计划总销售额为**702万**，后续销售将提高每月碳车销量占比到**28%**。

京东下半年销售规划



京东下半年销售规划

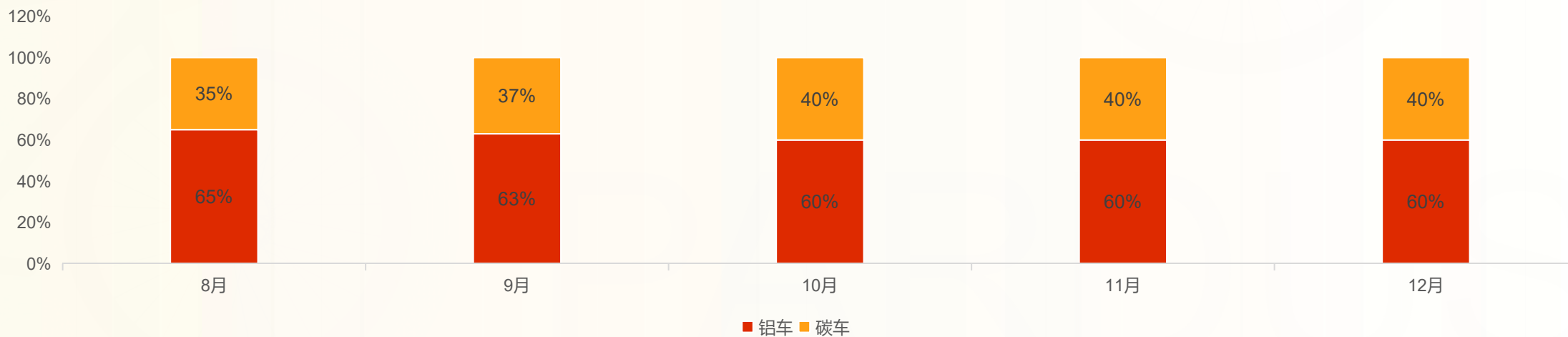


销售计划

抖音计划总销售额为**1100万**，后续销售将提高每月碳车销量占比到**40%**。

抖音下半年销售规划

抖音下半年销售规划



产品推广



流量获取

内容类

01

- 视频一种稳步输出3条，文章每周输出4篇，视频类已调试，场景，科普带入为主，文章已赛事，种草为主。

搜索端

- 搜索端主要来自于关键词，长尾词——品牌词——行业大词
- 逐步去抢占市场流量

02

03

产品

- 主推碳车视觉全部进行更新，目前碳车视觉细节介绍较少，补充细节。

推广

- 已经站内长尾词，品牌词推广为主，站外已经站星罗创想，牧羊人，等大机构为主。

04

05

指标

- 店铺流量环比以及提升200%

实施方案

品牌宣传

内容营销

天猫

内容营销

京东

产品推广

01 内容营销

- 加大内容营销（提升访客流量）
- 平台直播（提升销售转化率、增加访客流量）
- 活动提报（提升访客流量）
- 会员体系搭建（提升销售转化）

02 品牌宣传

- 提升碳车销售占比
- 店铺位置露出，店长推荐，商详营销，达人测评（店铺账户与个人账户同步发布绑定单品）

03 产品推广

- 站内广告快车/店铺已经碳车为主，品牌词确保计划ROI，行业大词扩大人群，站外推广星罗创想，牧羊人，小红书，值得买，社群同步投放
- 平台活动资源位置已碳车为主，增加碳车曝光，百亿补贴，京东榜单等。

05 问题反馈

PARDUS

问题反馈

01. 产品质量

- SUPER AL的做工问题，从2月份开始售卖就有漆面破损和。中轴异响，碟片倾斜等产品问题

02. 对接发货

- 是否可以实现ERP同步订单
- 库存对接发货提供的系统信息更新不及时

问题

反馈

03. 门店服务

- 门店解决售后和人员培训的问题

04. 工厂对接

- 工厂对接发货问题较多，发货慢，回馈单号慢，影响线上业务对接
- 工厂在线库存表不够清晰，无专属线上的版本，核对库存太困难

谢谢观看