



## 背景 汽车制造业

### 挑战

一家豪华汽车厂商希望通过激励其中国的经销商以达到卓越的销售目标。主机厂希望通过全年持续的激励活动，达到汽车销售和售后零部件和服务的年营业额销售目标。

主机厂需要设计的活动能激励到经销商里各个职能所在的人员：销售顾问、销售经理、售后服务顾问、配件经理、技术人员、售后服务经理和总经理。主机厂希望从这些参与群体中获得他们的真实想法，同时避免复杂流程导致参与活动者忽略激励性项目。

### 解决方案

毕灏中国为其制定的年度激励活动，同时结合季度成就活动用以保持参与者整年里的参与性，同样促进参与者积极达到全年目标。季度活动由与参与者的联系和沟通、在线即时报告和积分兑换奖品的方式构建而成。

基于年度激励活动的标准，经销商可角逐此活动的最高奖励。最佳年度经销商奖将有机会荣获团队旅游奖，包括南非、澳大利亚、泰国和香港。



### 结果

自2011年以来毕灏中国独立运营项目。超过93%的经销商员工参与此活动。在整年的活动期间，经销商售出总共超过75000辆汽车，达到105%的销售目标。南非团队旅行客户满意度达到总分为5分的4.76分，澳大利亚团队旅行客户满意度达到总分为5分的4.81分。

