



Toyota 顾客体验中心导入多媒体广告牌解决方案

许多人谈到汽车产业，可能会想到传统制造业，讲究的是如何提高生产效率、提高生产良率，其中最为人乐道的即是知名日系车厂丰田 (Toyota) 的精实生产「丰田模式」，然而丰田能以其著名的生产管理系统享誉全球，主要原因在于他们强调持续创新的企业精神，渗透到组织各个层面，包括海外经销商亦同。

根据 2015 年台湾汽车销售报告指出，TOYOTA 占台湾总车厂市占率高达 35.9%，平均每三台中就有一台 TOYOTA，显示 TOYOTA 在台湾极高的品牌知名度与备受肯定。而丰田台湾为了提供给客户更优质的赏车环境，进行了门店改造方案，首要从门店导入多媒体数字广告牌开始。

为了与丰田总部品牌意向一致、有效营销当季车款，作为顾客体验中心的各个门店便成为最佳的营销场域。然而往年丰田台湾都是待总部提供当季车款的主视觉海报后才能落地输出。综合时间差、海报印制成本以及美观呈现不佳等种种因素，

丰田台湾委托研华智能，决心汰换传统纸本海报，而开发数字多媒体解决方案。

研华智能在了解业主需求后，协助丰田台湾导入数字多媒体方案，主要内容包括播放主机及多媒体编辑软件 WebAccess/IMM。业主只要在研华自行开发的 WebAccess/IMM 平台上统一由中央编辑广告内容，并依据不同门市体验中心的需求，一次排定各门市需要推播的影音广告、静态数字海报等，大幅提升丰田台湾 IT 技术人员、营销人员以及各门店的沟通效率，同时，因为在店内播放当季车款的广告影片，也增加了当季车款的询问度。有了更优质的赏车环境，丰田台湾与顾客之间的互动质量更为良好！



顾客需求

- 提升门店整体形象与质感
- 有效推销当季指定车款

导入后效益

- 提升 IT 与营销部门的沟通效率
- 提升总部与门店在营销规划的沟通效率
- 提升丰田台湾的门店整体形象

