**汽车行业爆品转型经典：一根针戳破天，**

**打爆一款服务，变成行业独角兽！**

第三个案例是汽修行业，汽修行业的竞争也处于白热化阶段。所以虽然汽车后市场很大，但是因为流量小，生意并不好做。

最后这家企业就做出了一款“爆品”。因为它发现汽车最多的事故不是大事故而是小事故，而小事故里面最多的又是“刮蹭”。而“刮蹭”如果送到4S店，第一，取送不便；第二，修车时间很长，动辄3-7天；第三，价格昂贵，基本在800-2000元。

后来这家企业就抓住了这个痛点，就做出了名为“次晨达”的“爆品”。“刮蹭”最重要的是快速维修，否则客户在维修期间就无车可用。4S店要三五天才能修好，而“次晨达”就是梦里修车、次晨到达。

比如你的车发生了刮蹭，你只需要打个电话，工作人员就会在适当的时间把车开走。当天夜里，工作人员就开始修车，到了第二天早上，按照约定的时间就把车送到指定位置。整个过程只需支付499元，如果需要工作人员上门取送，再加59元的“司机费”就可以了。所以仅仅依靠499元的“爆品”，在网上搞一次活动就可以做到13万元的业绩。

最后联想给这家公司进行了A轮融资，这家公司的估值很快达到了10多亿元，这就是“爆品”给他带来的革命，而后端的维修、美容包装、保险等各种产品链，就可以进行裂变，然后赚无限的钱。

总结一下，通过洗涤行业，家装行业，汽修行业这三个案例，其实想告诉各位：所有的传统行业，其实都可以通过“爆品”来逃离困局，从而改变企业命运。别人还在用产品赚钱，我们要先一步用产品圈人，并且集中精力干这件事，只要有人，有流量，就什么都能干成！