

案例分析: 全球性汽车制造公司

# 某欧洲汽车制造商如何在全球 60 个市场做到客户至上





## 背景

某欧洲跨国汽车制造商几年前推出第一款物联网汽车，目前，在60多个市场中已投放数十万辆物联网汽车。

展望未来，其战略重点包括自动驾驶、联网、电动和共享汽车。以上重点的结合旨在打造宝贵的客户体验。

目前，他们正在考虑的案例是，如何使汽车与居家环境进行交互，从而在有人回家之前，预先配置照明和供暖。这种方式将结合不同环境的物联网技术，提升世界的整体互联水平。这种对汽车生态系统的扩展只是一种尝试，让我们体验未来的无限可能。

该汽车制造商目前正设法让驾驶员与汽车乃至广大汽车生态系统轻松实现互动。

## 面临的挑战

该汽车制造商希望发展并扩大在全球的数字化业务。尽管已覆盖全球60多个市场，但其仍希望扩大业务，在所有活跃市场实现车联网。

该汽车制造商希望确保其汽车能够随时随地接入广大的互联生态系统和平台。

在跨国市场，这点极具挑战性，因为不同国家之间的联网及联网监管情况各不相同，而当汽车跨越国界时，无论身在何方，驾驶员都希望获得无缝体验。

为实现全球联网，该汽车制造商需要一种本地化产品和服务的全球解决方案。

## 需求

### 全球可持续联网至关重要

该汽车制造商需要一个合作伙伴，帮助其实现全球联网，并管理供汽车联网的基础运营商网络及服务订购。

这就需要通过 eSIM 技术来实现，其支持“空中下载”(OTA)更新。OTA 帮助汽车制造商提供的服务包括预见性维护和软件升级。

例如，通过 OTA 推送，车主无须将汽车送回经销商即可实现汽车的软件更新。有了 eSIM，车主驶离经销商后，即可开始使用服务，而不必担心联网问题。另一个好处是，车主可以更容易监控车况，确保汽车及时得到维护和保养，以及为未来的汽车设计改进提供宝贵的见解。另外，eSIM 还有助于改善个性化数字服务。

例如，如果客户换车，他们会随身携带自己的配置文件，并根据驾驶员的具体情况配置另一辆车。

利用传统的 SIM 这点可能很难实现，在需要多家移动服务提供商提供联网服务时，情况就更是如此。

在选择联网服务提供商时，网络的独立性也是一个重要因素。这点不仅适用于 eSIM 平台提供商，也适用于为联网汽车提供网络接入服务的移动网络运营商。对服务质量和成本效益而言，推动互联一致性非常重要。此外，在长期漫游和物联网连接方面，不同国家适用的法规各不相同，因此，联网服务提供商是否能提供有关专业知识和建议，从容应对不同国家的监管就非常重要。

### 与值得信赖的合作伙伴建立双赢合作

Tata Communications 能够让汽车制造商专注于汽车的开发与制造，同时帮助他们整合联网元素。

选择 Tata Communications 支持全球联网战略的关键优势在于，从一开始，他们就是值得信赖的合作伙伴，而不仅仅是技术提供商。凭借广泛的合作伙伴关系和与 640 多个移动网络接入协议，Tata Communications 能在 200 多个国家和地区提供联网服务。

由于 Tata Communications 完全不依赖于运营商，因而能够根据信号强度、服务质量和网络可用性的组合，在特定国家的移动网络之间切换流量，从而实现一致且安全的连接。

## 解决方案

Tata Communications 通过双 eSIM 路径为汽车制造商提供支持。这样就能确保分别管理关键的远程信息技术信息与信息娱乐服务。

这样，在汽车升级期间，汽车制造商就无需屏蔽任何服务，驾驶员可尽享各自认为重要的服务。双 eSIM 系统让汽车制造商能独立管理两种需求。

Tata Communications MOVE™ eSIM Hub 通过一个 API 抽象层，不必依赖于特定的供应商，就能确保不同移动网络和不同 SIM 供应商之间实现无缝操作。

Tata Communications 还能针对网络连接、成本、策略控制和网络性能提供洞察和见解。该汽车制造商不必依赖本地移动网络提供商，即可在全球范围内掌控联网情况，获取有关信息。Tata Communications 通过一个独立的“库存管理单元”(SKU)帮助汽车制造商掌控库存记录，管理所有连接，同时帮助他们遵守世界各地的电信法规。

综上所述，Tata Communications 支持 SIM 的无缝配置，因此，汽车制造商在享受最佳联网成本的同时，可捆绑相关服务，无论客户身在何方，都能以适当成本获得流量套餐和覆盖范围的优化配置。



