



## 车主故事：

邓女士最近打算买车，由于对汽车品牌不熟悉，一下子无从下手。“对我而言，售后比售前更加重要，毕竟买车是短短的工夫，养车才是件‘来日方长’的事。”她说。因此，她致电编辑部，想了解哪个品牌的售后服务比较靠谱。

# 汽车维修保养，技师水平才是王道！

## 答疑解惑：

为了更好地解答邓女士的疑惑，笔者特地请来了东风日产专营店的专业人士作为本期帮主，为消费者答疑解惑。

帮主表示，邓女士提出的问题非常好，也是广大车主和准车主普遍关心的问题。中国作为世界第一大汽车市场，产业结构尚未成熟。目前，中国汽车经销商超过80%的利润来源于新车销售，但汽车租赁、二手车买卖、汽车维修、汽车消费保险等售后性消费服务的利润占比不到20%。而像美国这样的成熟市场的汽车产业售后市场利润率超过了70%。

帮主进一步分析：中国车市目前已经进入了“微增长”时代，单纯依靠销量抢占市场份额已经不切实际。在汽车已经成为大部分消费者的私人交通工具后，为车主提供可靠的、高品质的售后维修保养服务和其他增值服务，才是汽车行业未来发展的突围关键。因此，消费者在看重产品质量的同时，对厂家服务水平，尤其是售后维修保养技师的要求越来越高。

在这一方面，东风日产无疑走在众多汽车品牌的前列。东风日产始终坚持“客户至上”理念，凭借十年耕耘，在售后服务领域积累了行业的认可与消



费者的信赖。

帮主还透露，近期东风日产的第八届售后服务技能大赛热战正酣，从7月海选至今，东风日产的全国730家专营店所有SA及快保技师全员参与，全面提升东风日产售后服务水平，同时向客户传递东风日产专业、持续提升的品牌形象。此外，本届大赛通过全新的赛制，让选手和参赛店在按标准流程服务客

户的基础上，主动思考、探索具有创新性、个性化的东风日产特色售后服务，提升客户满意度。

## 链接

### 南京华星

南京市秦淮区大明路274号  
025-52618800

## 资讯

2013年9月1日-10月31日来东风日产南京华星专营店置换、金融贷款购车尽享0首付、0利息、0月供，钜惠来袭，让您轻松拥有理想座驾，带您畅游更多地方。

- 1、凡二手车置换新车的情况，经评估旧车价格只要满足新车金融方案的首付金额，旧车即可抵免首付，配合我们的5050金融产品，可以不花一分钱就马上换购新车(不含上牌费)！
- 2、东风日产全系车型，首付50%，尾款50%，0月供，并享受0利率！
- 3、东风日产全系车型，2年24期低息车贷，首付20%起，利率最低可至1.88%！
- 4、东风日产全系车型，3年36期低息车贷，首付20%起，利率最低可至6.88%！
- 5、东风日产全系车型，首付50%，尾款50%，低月供利息！
- 6、东风日产全系车型，首付20%起，1年12期，尽享0利率，等额本金还款！

## 本期帮主



孙川  
销售经理

东风日产刚刚成立就加入了东风日产，与东风日产共同成长，已有10年的销售管理工作经验

## 高端访谈



广汽丰田总经理  
小林一弘



广汽丰田执行副总经理  
李晖

# 广丰已吹响变革号角

## 访广汽丰田总经理小林一弘&执行副总经理李晖

自9月以来，国内的小型车市场刮起了一场年轻化、潮流化的风暴，而这场风暴的中心，正是在9月份登场的广汽丰田全新的小型车致炫，它不仅是广汽丰田在小型车市场投放的一颗重磅炸弹，也是广汽丰田产品、质量、营销、服务“四大变革”的开始，可以说，此前从没有哪款小型车上市时会受到车企如此高的重视程度，为此，广汽丰田的总经理小林一弘与执行副总经理李晖还同时接受现代快报采访，为大家解读了广汽丰田的全新战略。

现代快报记者 张瀚中

**现代快报：广汽丰田推出年轻化战略有什么背景？**

**小林一弘：**在新锐消费群体非常活跃的时代，我们要推出一些新产品，让新锐消费者喜欢，让他们愿意购买，可以买得起。今后，我们一些汽车产品应该会有更多的年轻企业家或者一些新锐消费精英群体。对于广汽丰田销售渠道的特征，我们早前就提过希望能够朝着更加年轻化，更加充满运动活力的品牌形象去转变，但是比较遗憾的是，目前广汽丰田品牌形象更多地还停留在凯美瑞、汉兰达这些形象上面。我们也想利用这一次新车致炫发布的时机，把广汽丰田销售渠道“年轻化”的形象，更多地展现给我们的年轻新锐消费群体。

**现代快报：广汽丰田的战略变革为何会从小型车开始？**

**小林一弘：**我来中国之后最大的感受是，我在分析这个市场的时候，不能够用一个观点统括中国的全部，应该不同的地区用不同的方式考虑该怎样做。特别是产品导入的时候，也考虑这个产品主要应对哪个市场？

如果我们要考虑将来应该怎样做的时候，我们不能说因为现在是这样，所以我们现在就



以看到在今后一段时间，无论是在营销创新方面，还是在内部管理方面，以及跟销售店、商务政策制定方面，我们都会发生一些跟以往不同的变化。这不是说对以往工作的否定，这是对以往广汽丰田非常好基础之下，更加深层次的挖掘和发挥，重点将销售店的活力、信心释放出来，也将广汽丰田的营销思路传达出来。

**现代快报：如何看待未来小型车市场的前景？**

**李晖：**丰田在中国有南北两个合资企业，我作为广汽丰田，在小型车产品上占比大概5%左右，这个数据是非常非常低的水平，自己跟自己相比，我认为无论在自己产品的销售的数量所占比例，以及在全国小型车市场所占比例当中，都是非常低，这个低是有很大提升空间及发展的前提。

全国小型车的产量、产销量、销量，应该是300-330万台左右的水平，就是Small-low和Small-high的水平，这一块份额在整个盘子上还是非常大。作为广丰来说，我们也是希望能够快速导入像昨天发布的致炫类似的产品，能够在大份额当中掌握、占据自己的一块应有的份额，这是我们的目标。