

一汽马自达销售公司副总经理田青久接受现代快报专访

十年不算久，“小兹生活”来了

整整十年靠一款车打天下，对于一汽马自达意味着什么？虽然已经错过了新车上市的最佳时期，但尽快推出新车仍是避免被边缘化的关键举措。5月6日，马自达6 ATENZA 阿特兹上市尤其引人注目。与一般新车上市不同，“小兹”的上市发布会形式别具一格。除了李宇春、林志颖等明星外，还有新东方教育集团董事长俞敏洪、家具设计师古奇高等，4人以“阿特兹朋友”的身份和其他普通人一起讲述阿特兹“打破常规”的故事，俞敏洪先生发表的“打破常规”的演讲令人印象非常深刻，现场一位媒体朋友不断发出“这种形式很好，值得我们学习！”的感叹。阿特兹在产品、营销、服务是如何做到打破常规的？日前，快报记者采访了一汽马自达销售公司副总经理田青久。

上市 受人瞩目 俞敏洪成“小兹”车模

3月18日，一汽马自达对外发布马自达6 ATENZA的中文名字为阿特兹，ATENZA来源于意大利语“Attensione”，有“受人瞩目之意”。阿特兹的目标群体主要是泛八零后，即年龄在20到40岁之间的时尚先锋人群和精英商务人群，这是追求自我主张、个性、敢于尝鲜的一群人。用传统“我说你听”的1.0推广形式显然不适合，田青久大胆地决定采用“1.0+2.0”，就是“互动、体验、整合、跨界”，由传统的推送式营销改为互动体验式营销，让更多人分享，更多人参与。

这时，阿特兹与俞敏洪的“偶遇”促成了一个成功的事件营销。4月20日，新东方教育集团董事长俞敏洪先生与一汽马自达6阿特兹官方微博在“打破常规的创新思维”新浪微访谈中进行了亲密交流，基于对“打破常规”精神的共同认可，两者一见如故，聊得非常投机。

具有丰富营销实战经验的田青久立刻意识到，这是一次基于互联网思维开展2.0层面营销的重大机遇，4月25日，一汽马自达同北京大学达成“阿特兹支持北京大学创新创业合作协议”；三天后，一辆标有醒

目一汽马自达标志的快递卡车出现在了北大校园，收件人是北大校友，中国“打破常规”创新精神的代表人物，新东方教育集团董事长俞敏洪。随着车门开启，一辆崭新的阿特兹缓缓驶出，出现在了俞敏洪及众多北大学子面前。田青久向大家介绍了阿特兹的“创驰蓝天”技术与“魂动”设计的内涵与精髓，俞敏洪也为“小兹”的魅力所吸引，兴致勃勃地当场试驾了一番，还当起了小兹的车模。国内“史上最大包裹”一时成为热议话题，人们对阿特兹的上市也充满了期待。

产品 “三好学生” 让老太太坐着不晕车

阿特兹上市后将与老马自达6、睿翼同台竞技，有人担心，老马自达6的市场占有率已经很高了，现在三代同堂，会不会对新款产生冲击。田青久认为，第一代马六定位于A+市场；睿翼占领B-及B级市场；阿特兹定位于B+市场，各有各的任务，不会互相干涉。值得一提的是，阿特兹是基于马自达“打破常规，从零开始”的精神，研发制造的新一代中高级运动轿车旗舰车型。前脸和腰身呈现非洲猎豹出击的动感，并将概念车上的造型、线条、色彩运用到了量产车的车型上。将

“驾乘愉悦”提升至更高层次，“车随心动，人马一体”，成为同级别车型中最具魅力的“王者”之车。不仅开起来很爽，乘坐也很舒适，就连老太太坐在开得飞快的车里也不会晕车。在调查中发现，有很多消费者带着老妈去试车，就是因为老妈乘坐不晕车而订购了阿特兹。用田青久的话来说，阿特兹“好看、好开、好省”，是名副其实的“三好学生”。

服务 不随意降价 让顾客买车后不吃亏

在上市现场还发生了一个小插曲，在媒体采访过程中，有个小伙子要求和田青久合影，他立刻答应了，并向在场的记者解释，这是一位马自达的忠实用户，已经连续买了六辆马自达轿车，并预订了一辆马自达8，另外还打算给他的妹妹买一辆阿特兹，他开了马自达车后，不仅觉得驾控感很好，对质量和服务也都很满意，不知不觉地成为马自达的忠诚粉丝。田青久听说这件事后很感动也非常受鼓舞。十年以来，一汽马自达积累了80余万客户，如何维系这些老客户，提升品牌忠诚度，也是田青久颇为重视的问题。一汽马自达一直坚持提升客户满意度和建立用户感动制度，培养一汽马自达的粉丝。



快报记者和一汽马自达销售公司副总经理田青久(左)

田青久说，除此之外，阿特兹的上市前厂方进行了慎重的调研，对这款车的内在和外在价值做了充分的考量，力求定价合理但又能让顾客感到惊喜。同时，要将阿特兹打造成明星产品，最大限度地细分市场，使销量最大化，保证渠道能够量利双赢。

现在许多品牌的新车上市不久就会降价，以此保持销量，阿特兹在销售过程中将保持价格的稳定，不随意降价，以保证客户利益不受到损害。把2014年定为品牌复兴年，打造魅力品牌，实现品牌向上的发展目标。田青久对阿特兹预期销量目标很乐观，每月不会少于5000辆，同时也做好了根据销售情况，适时扩充产能的准备。

现代快报记者 徐悦 倪泳

车市动态

BMW全系亮相南京

日前，宝马集团旗下BMW品牌的多款车型亮相第七届中国(南京)国际汽车博览会。

BMW 7系马年限量版兼具奢华特质与动感风范，通过众多高品质细节的完美搭配，展现出与众不同的个性风格。

全新BMW X5共有五款车型：BMW X5 xDrive 50i M运动型，BMW X5 xDrive 35i尊享、豪华、领先三个版本，以及首次随全新BMW X5进入中国市场的高效

柴油动力的BMW X5 xDrive 30d。

BMW Lifestyle 精品系列，是宝马在售后领域的一大精彩亮点，为BMW客户提供了一个了解BMW品牌文化和核心价值的完美平台。BMW lifestyle都是经由BMW原厂设计部门秉持BMW一贯造车工艺与设计理念，所呈现的一系列BMW lifestyle生活精品，作为BMW lifestyle精品将其各种运动项目与日常实用性和BMW品牌特性完美融为一体。

凯迪拉克南京安吉名杰4S店开业

日前，凯迪拉克品牌授权经销商南京安吉名杰举行盛大的开业庆典，以尊贵豪华礼遇向消费者展示凯迪拉克的“美式尊崇”。数十位来宾首度全程参观了凯迪拉克南京安吉名杰4S店，体验到犹如豪华会所的舒适环境和专属服务。

南京安吉名杰向消费者展示了凯迪拉克经销商在提升经销商硬件设施和服务能力等方面的投入和保障。凯迪拉克南京安吉名杰拥有1000多平米的豪华销售展厅，能同时放置10台展车，可供不同购车需求的客户在最短时间内全面获取车型信

息，购车环境也更为舒适。凯迪拉克南京安吉名杰还将超过4000米的售后服务区精心进行了规划，让不同年龄层、不同休闲习惯的客户在爱车维修保养期间体验尊享享受。维修工位区拥有多达20个维修工位，大大提高客户服务效率，节约客户等候时间，也真正做到让客户省心省事；静态休闲区设计了图书吧、独立网吧和休闲景观，让客户休憩放松，特聘五星级酒店大厨掌勺的客户餐厅及独具特色的吧台，奉上各类美食和香茗供客户品鉴，带来私人尊享体验。

绅宝飞行秀“飞”到金陵

继2014绅宝陆上飞行秀在长沙、石家庄、武汉、深圳落幕后，南京站的精彩表演也在5月17日正式拉开大幕。

本次飞行秀不仅延续了去年紧张而刺激的表演，更新增了百米竞速、趣味试驾等人车互动环节，为南京的消费者奉献一场有史以来最惊险、最好玩的汽车嘉年华。除了担纲表演的车型绅宝D70外，现场还同步展出北京汽车旗下“超值小车王”E系列和

时尚硬派越野车BJ40及绅宝D50，展现了北京汽车家族的强大实力。

高速蛇形对开、超车180°转向、瞬间360°转向、KISS烧胎、漂移入位以及两轮驾驶等飞行秀经典动作轮番上演。轮胎与地面摩擦的尖鸣声、空气中弥漫的烧胎味、令人血脉张张的引擎轰鸣声……本季强势归来的绅宝陆上飞行秀不仅是一个刺激的秀场，更成为广大车迷朋友一展身手的竞技场。

广汽 HONDA

缤纷车世界 雨田嘉年华

携CVT无级变速器等十项先进技术，劲酷登场！

第三代飞度：7.38万起

广汽本田南京雨田店 025-86916961/62
地址：南京市雨花台区卡子门大街86号

15周年