

走进经销商

2014年10月22日

南京国际车展后,2014年第四季度车市拉开帷幕。现代快报记者走访部分经销商了解到,从整体看,南京车市延续往年常态开始出现回暖迹象。不过,也有经销商反映4S店自然客流有所流失。“几家欢喜几家忧”,虽然4S店经营情况大相径庭,但别无二致的是4S店开始强调要更加关心客户,从单纯抓销量开始走向销量与售后并重,集客方式也呈现多样化趋势。现代快报记者 张雷 倪泳

4S店用心经营 售后、集客下苦功

■被采访人:

南京宝铁龙轩达汽车销售服务有限公司总经理 朱江
南京穗丰新港汽车销售服务有限公司 CR经理 王娟
南京大政销售服务有限公司市场总监 王龙飞

从服务脸谱化到直抵内心

朱江观点:对员工的考核更倾向于客户满意度

与以往单纯强调销量相比,我们现在更加强调客户的满意度,不完全以销量论英雄,将重心从销售向售后转移,不仅要在销售上下功夫,而且要全方位加强对客户的关爱。

王龙飞观点:一切为了客户的微笑
营销思路改变主要体现在品牌和产品两个层面,微笑、尊贵和贴心是核心理念。从品牌层面来讲,广汽丰田向来以“尊贵贴心”为服务理念,具体地说就是讲究以人为本,更多的为车主考虑,包括消费者购车时的内心舒适性、使用时的便捷性,当然也为消费者的经济成本考虑。

从产品的角度,紧跟消费者需求,除了日前推出的中级车雷凌,还计划在广州车展发布新改款的凯美瑞,计划元旦以后就会在全国开上市发布会。改款凯美瑞将搭载全新动力总成,与前款最大的差别在于,改款凯美瑞2.0排量的车型将全部使用2.0T。

借力电商抓取线索

朱江观点:25%的销售线索来源于网络

现在我们在网络非展厅这方面,包括厂家从网络上获取线索后给4S店的,约占25%,与其他4S店相比,占比中等偏上。因为现在很多4S店比较偏僻,如果



漫画 俞晓翔

用传统方式去集客,成本大且收效低,电商成本比较低,在竞争越来越激烈的市场情况下,这种形式越来越受到厂商的重视。

王娟观点:网络成推动销售突破口

以前我们不太重视网络销售,通过近两个月的试验,电商网销这一块线索骤增,给本店的销售做出了较大贡献,订单、成交量有明显上升。具体操作方式是,客户给我们留言后,销售人员会直接跟客户联系,以优质的服务争取客户。厂家方面的支持也很多,比如说我们经销商现在进行的网销活动是跟厂家联动的。此外,我们在4S店附近布局了一家城市展厅,主要就是为了弥补店址偏僻的短处,引导自然客流。

王龙飞观点:80后、90后消费者是网销主力军

一般来说,电商有两种,除了传统意义上的电商网站,如天猫、苏宁易购;还有垂直网站,如汽车之家、易车网等。在网络这一块,主要利用网络集客,抓取的人群多为80后、90后。当然,我们的网络

销售行为也是以人为本,毕竟是人造就了互联网,利用互联网这种方式就是为了向更多人提供服务。

此外,随着竞争的日益激烈,经销商越来越重视落地的营销活动,因为这更加接地气,更能聚人气,能使我们更直观地了解消费者。

新能源车是未来趋势

朱江观点:看好发展前景

从今年开始,国家对新能源车不断出台利好政策,对新能源汽车的销售有很大的促进作用。我对新能源车十分看好,预计明年新能源车还会有较大的发展。

王娟观点:更看好混动车

新能源车作为未来汽车发展的重要方向也是广汽丰田布局的重点之一。目前广丰的产品体系里有油电混动凯美瑞·尊瑞,这款车并非跑量车,我们销售并不很多。但丰田的混动技术是很成熟的,不管是油耗还是噪音都很有优势。随着人们环保意识的不断提升,节能环保的新能源汽车前景看好。

四款十月刚需车型,咋选?

10月,车企迎来小阳春,多家车企推出今年的重磅车型。本期《车天下》,我们将为读者细数适合普通消费者选择的刚需车型及选择亮点。

选择

1

海马M3七彩领航版

推荐理由:价格给力、订购有礼



10月18日,“新生代乐活车”海马M3七彩领航版正式在南京地区上市,新车共推出MT手动、CVT手自一体两款车型,市场指导价分别为64800元和74800元。海马汽车启动了M3“七彩订炫”活动,网友只需在易车商城在线支付7元定金,订购成功可获赠炫彩New Balance跑鞋一双及炫彩礼品。

选择

2

传祺GS5速博

推荐理由:智能与品质兼顾的SUV

10月16日,传祺GS5速博上市,推出包括1.8T G-DCT手自一体及1.8T i-4WD手自一体共8款车型,售价区间为16.38万至23.18万元。

GS5速博定位于“引领新价值高端SUV”,首创采用全新1.8T涡轮增压发动机、7速G-DCT手自一体变速箱,打造T-7speed动控黄金组合,搭载车道偏离预警系统、前碰撞预警系统、360度全景泊车影像系统等全方位智能安全科技,展现了中国品牌科技和人性并重,高品质与高性能共进的全新价值高度。

传祺GS5速博的整体造型在遵循光影雕塑造型设计理念的同时,更注重硬朗元素运用,整车造型突显霸气,同时注重车辆科技感和档次感的展现。

选择

3

广丰雷凌

推荐理由:丰田最新平台,适合国内路况



10月18日,“雷凌试驾,一试高下”雷凌对比试驾暨厂家签售活动在南京建宁路31号的金盛国际家居举行,为消费者提供一次深入认知和体验市面热销中级车的平台。

雷凌基于丰田最先进MC平台打造,该平台车型突出特点是:车体结构更坚固,操控性和可靠性更出色。雷凌能随时拥有灵动性和敏捷操控性。

选择

4

比亚迪S7

推荐理由:满足421家庭需求、PM2.5绿净系统

10月20日,比亚迪S7在北京上市,官方指导价11.99万元—13.99万元。目前,上市推出的3款全部为7座车型,搭载了PM2.5绿净系统、2.0TID黄金动力总成、360°全景影像、博世第九代ESP、记忆联动系统等。

S7的真7座空间设计,不管是7人大

家庭、二胎家庭还是两个三口之家,让一同出行变得简单。

S7搭载了PM2.5绿净系统,只要着车通风或开启空调,该系统即开始工作,轻松扫除雾霾、二手烟、拥堵路段灰尘尾气带来的空气污染,大幅提升车内空气质量。

车市动态

广汽传祺: 前三季热销7.5万辆,劲增41%

自去年9月以来,自主乘用车市场份额已经连续12个月下滑,而与此同时合资品牌涨幅基本保持在两位数以上。在这种背景之下,广汽传祺销量却逆势增长,乘联会最新数据统计,今年1-9月广汽传祺销量达7.5万辆,较去年同期增长41%,且远超合资品牌增幅。9月份广汽传祺销售破万辆,刚于8月初上市的传祺GA3S·视界上市首月即热销超5000辆。

下半年,传祺加快抢夺市场步伐,多款新车将密集上市。8月8日,传祺全新中级车GA3S·视界上市,为消费者带来以8万元价格挑战15万级合资车的驾乘体验。在上市短短一个月,其销量即突破5000辆,订单超一万,成为中级车市场不容小觑的热销新势力。

已于10月16日上市的传祺GS5 Super,在刚刚结束的传祺探索神农架秘境活动中,从容应对各种极限路况挑战。未来,GS5 Super将引领中国品牌高端SUV新价值,为传祺年度销量目标的达成注入新的砝码。

江苏天泓: “凯迪拉克官方车主俱乐部”成立



10月19日,南京唯一官方品牌授权“凯迪拉克车主俱乐部”在江苏天泓凯帝南京卡子门4S店正式成立。

据悉,“凯迪拉克官方车主俱乐部”包括了多项核心服务,其中包括会员定向特惠、24小时道路救援、会员专享车位预订,以及“尊享用车服务”等。凯迪拉克车主会员可通过贵宾专线预约目的地所需租赁车辆,轻松便捷取车用车。

东风标致: 真人试驾赛苏州上演



日前,东风标致玩转2008之“天天富翁”真人试驾挑战赛第二站来到苏州,开启为期两天的“玩乐”盛宴。

此次持续三个月的真人试驾挑战赛是东风标致“玩乐营销”的又一次创举。今年8月,东风标致与腾讯游戏强强联手,首次尝试游戏植入,打造最热手游《天天富翁》。本次合作对东风标致而言将是一次创新、大胆、突破的尝试。

雪铁龙: 问鼎WTCC上海站冠军

日前,2014年WTCC世界房车锦标赛上海站在上海国际赛车场落下帷幕,雪铁龙全新爱丽舍车队首次参加WTCC世界房车锦标赛,便获得车队和车手双冠!

今年3月雪铁龙日内瓦车展上公布的征战2014年WTCC的四大王牌战将:WRC车神勒布、WTCC四冠王穆勒、阿根廷猛将洛佩兹,中国WTCC第一人马青骅。全新爱丽舍自上市以来,便以“品质高、空间大、配置全”的产品优势,得到认可,2014年月均销量过万,截至9月总销量达到11万台。