

速报名! 快报“三五成团”团车会来了!

“先卖个关子,价格、礼包暂不透露。”多位快报团车会经销商联盟成员告诉记者,绝对让每一位快报“三五成团”会员享受最大限度的优惠。日前,由《现代快报·车天下》打造的“三五成团”汽车团购会成立,如果你急于选车购车,就快来加入吧!团车会将帮你更方便快捷地买车,并有可能享受到更大的价格惊喜和银行专场金融服务。

现代快报/ZAKER南京记者 张雷

不用烦 “你买车,我砍价”

“你买车,我帮你砍价!”快报团车会现向广大读者发出团车邀请,邀请有购车意向的读者一起去4S店“砍价”。加入快报团车会成为会员,让选车、买车从此变得不用烦,你还在等什么?

此次快报“三五成团”团车会与以往不同的是,属于“快报‘下饵’,经销商愿者上钩”,三个人、五个人都能成团,既解决了消费者被动砍价的痛点,也降低了团购汽车的门槛,只要加入快报团车会即可成为终身



CFP供图

会员,变被动为主动,享受联盟经销商成员的超优惠待遇。目前,快报团车会联盟经销商已覆盖奔驰、宝马、凯迪拉克、大众、丰田和别克等市场上的主流汽车品牌。

“快报策划的三五人团购,规模虽小,但可以打造成为‘小而美’的品牌。”不少联盟经销商表示,这样也能集中精力为消费者提供更优质的服务,“所以我们非常愿意参加这个活动,也欢迎各位读者报名来团车。”

超惊喜 价格杠杠的

对于消费者来说,花最少

的钱买到最心仪的车才是硬道理。如何买到更实惠的车,是大家最关心的话题。在联盟经销商成员的支持下,现代快报“三五成团”团车会将为读者提供更实惠更公道的惊喜价格,报名参与人数越多,不仅优惠价格越低,还有可能有银行专场参与,提供丰富的贷款政策。同时,快报还将为成交读者提供一份报名礼。

私人定制 为您匹配最合适车型

您心仪的汽车品牌是什么?您想买哪一款车型?告诉我们吧!我们将为您匹配最心仪

的汽车品牌和车型,为您挑选一款“私人定制”车型。

每年南京大大小小的车展不计其数,且拥挤不堪,很难让真正有购车意向的人静下心来,好好地挑选一款车。为了帮助读者更高效地沟通,现代快报与联盟经销商成员将为您量身定制购车计划,读者通过报名渠道,只需要留下自己心仪的品牌和车型,我们将更精准地去匹配,量身定制品牌车型。

快来加入现代快报“三五成团”团车会吧!《车天下》从现在开始,将在报纸、微信、ZAKER南京等平台传播,征集读者参加汽车团购,并且为读者匹配相应的品牌、车型。读者现在可以通过快报汽车热线025-84783692、微信等方式留存自己的联系方式、意向车型、购车节点等信息。

报名方式

- 1.拨打快报汽车热线
025-84783692
- 2.关注快报车天下官方微信信号
kb_ctx



扫二维码
加关注
报名团购会

14cm的不计较 与70万的不厚道

14厘米。别想歪!

不过,若真较起真来,14厘米短还是长?懂得人懂得,关键在于活好不好。

70万。多吗?

看咋理解,在河西买套房连首付都不够,70万当然不多;若是70万台豪华车,其价值不止斗金?!若“14厘米”创造了这个价值,那自然是活好。

28年前,奥迪使用了红旗轿车的加长“专利”,为奥迪车加长了14厘米,完美地Get到了国内消费者的面子情结,后迅速复制到其他车型,以摧枯拉朽的方式席卷了国内车市。

仅A4L,至今8年时间在华已累计售出超70万台。

日前,2016奥迪品牌峰会暨全新A4L上市发布会高调上演,新车价格29.98万—41.28万元。

连续3天、30余款车型阵仗、每天一位明星助阵,极尽吸睛之能事,极尽鼓吹品牌精神之能事。不得不承认,奥迪很炫。但似乎把一汽甩到了一边,整个峰会几无合资展示。

奥迪炫的资本源于多年全球的积累,而在华,至少还有赖于“拿来主义”的红旗轿车的加长DNA——那14厘米,对于具倾向性的奥迪峰会,似乎也就没必要再说一汽为其国内官方座驾的一路绿灯的历史作用。

这是一汽说不出的委屈。

峰会,诿会。

14厘米的不计较与何止70万的不厚道。

诸位朋友,啊有?

张雷

新E时代:智者大成

——专访苏州海昌集团副总裁安光泽

汽车营销圈永远不缺少吸引眼球的东西,但缺少打动人心的举动,唯有真正的智慧——“知自我,晓天下”方能大成。8月22日,乘着前7个月在华市场销量大涨三成的东风,梅赛德斯-奔驰汲取中国先贤大师孔子的智慧,将“智”字作为诠释新智能产品的主题,正式推出了“全球智能行政座驾”——全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级车。

接下来,奔驰在华200多个城市、500多家授权经销商的诸多“舵手”,将如何创新营销点燃中国社会中坚力量的消费热情,让全新长轴距E级车真正成为他们“智同道合”的伙伴?日前,记者就梅赛德斯-奔驰品牌在苏州区域的发展现状和苏州海昌集团旗下四家奔驰店的营销创新,对苏州海昌集团副总裁安光泽女士作了深度访谈。

通讯员 快轩



苏州海昌集团副总裁 安光泽

“给我回家的感觉” 首批全新长轴距E级车车主提车

经历十代进化,全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级车依靠智能驾驶、智能设计和智能互联等方面颠覆了消费者对汽车的感官认知,获得了社会中坚力量的青睐。

王先生家住苏州,是一名资深律师,也是苏州海昌集团海星奔驰店全新长轴距E级车的首位车主,在谈到新E带给他的感受时,他这样形容道,“当我忙完一天的工作后,坐在车里,听着从柏林之声音响系统里飘出的音乐时,整个身心都是很放松愉悦的,“他赞赏长轴距E级车宽适豪华的内部空间、智能的驾驶科技、预防性安全系统、温馨的氛围照明系统等,让他驾驶起来更自如,更有乐趣,“就像回到家里的感觉。”

“全新长轴距E级车的目标群体大都有智者之风,他们热爱生活,善于思考,有远见;他们敢于创新,有担当,事业成功,可谓是我们社会的中坚力量。”苏州海昌集团副总裁安光泽女士介绍说,全新长轴距E级车共推出三款首发臻享车型,起售价为人民币43.68万元。“很有诚意的价格,加上优越的产品力,我们相信在苏州区域市场一定大有可为。”

厂商合作共赢 智能新E苏州订单火爆

“苏州本来是一个汽车消费慢热的城市,但这一规律遇上全新长轴距E级车却一反常态,“提起长轴距E级车的销售情况,安总介绍说,截至目前,集团旗下4家奔

店平均每家店已有百余台的订单,市场反馈热烈,“这让我感到蛮意外的。”她还说,事实上,在全新长轴距E级车还未正式上市的预售阶段,就已经有火爆迹象,接下来,伴随着厂家产能爬坡,奔驰苏州市场的潜力将进一步得到释放。

实际上,不止全新长轴距E级车表现优异,奔驰GLC SUV、奔驰GLA SUV和奔驰C级车也是店里的主力车型,“今年完成销售目标没有问题,还想跟厂家多要些指标,“安光泽表示,近两年,奔驰苏州市场发展势头非常好,增速遥遥领先同级品牌。

对集团四家奔驰店所取得的成绩,安光泽女士深知绝非偶然,也非一时之功。从苏州海星奔驰店开业不到半年就实现盈利的优异成绩,到2012年苏州海星奔驰逆势扩张,再到现在海昌集团旗下4家奔驰4S店的稳健增长”这离不开奔驰厂家与我们经销商之间长期以来的通力合作、共同推进。”

事实上,与经销商合作伙伴构建“互信共赢”的伙伴关系,是北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司成立以来即坚持的基本原则,也是梅赛德斯-奔驰东区总经理聂军先生到任后的工作重心之一。安光泽回忆,为了整体提升奔驰东区经销商的运营能力,聂军常常亲自秘访东区各地的奔驰4S店,及时发现并制定出建设性方案,与经销商共同讨论,推进各项工作。

此外,为了更高效地提升经销商的盈利能力和解决实际问题,北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司建立了一系列沟通机制,确保经销商合作伙伴参与重大业务的讨论环节中来,确保沟



通顺畅。在东区,每次的区域经销商大会上,都会针对当时的销售、售后热点话题等进行分组讨论,让经销商积极参与沟通决策。安总介绍,在日常的工作中,奔驰东区团队的各职能地区经理还为他们提供战略咨询服务,并对他们了解产品、地区市场战略、客户洞察给予详细的建议策略。以全新梅赛德斯-奔驰长轴距E级车在苏州地区的营销为例,奔驰东区为经销商安排了产品培训、上市前的预热营销指导等,从细节着手,夯实零售流程、售后服务,提升客户消费体验。

为梦想加油 做有温度、接地气的营销

数据显示,在东区,奔驰品牌在三大德系豪华车市场的占有率,2015年相较2014年稳步提升。蓄势向上,需谋篇布局,才能厚积薄发,在过去两年的实践中,在奔驰东区总经理聂军的带领下,制定了“回归本源,专注细节”的策略,就是从基础、硬件、软件各个方面去提升经销商的质量。2016年伊始,东区又推出新战略,即“谋远固本,守正笃实”,其核心就是对质量的不断提升。

不难看出,这两个战略都是以“质提升量”,来带动“客户体验”,让“以客户为先”的哲学落实到奔驰东区零售管理的方方面面。与此同时,东区以“为梦想加油”为主题的系列营销则显得接地气和有温度。事实上,在苏州海昌集团副总裁安光泽看来,近两年奔驰东区主导的

“为梦想加油”主题传播平台,不仅提升了经销商的品牌经营理念和凝聚力,还对他们区域的营销有了明确的方向和更具针对性的指导建议。

为了呼应奔驰东区“为梦想加油”的营销主题,苏州地区十家奔驰经销商策划将于9月24日,联合举办“千人环石湖健步走”活动,在号召人们参与健身、共享健康的同时,犹如和风细雨般地提升品牌影响力和品牌美誉度。

售前售后的暖心项目,也是海昌集团下各奔驰经销商店常年坚持的品牌特色,包括联合交警部门做的关爱儿童的安全乘车教育;儿童安全座椅的体验与安装好处的讲座等等。除此之外,苏州海昌集团还特别热衷于社会公益,“我们每年都会做公益活动,结对子资助贫困儿童上学,号召爱心人士、爱心客户捐款捐物等等,“另一身份为苏州市虎丘区政协委员的安光泽女士还表示,作为豪华品牌汽车经销企业,不仅要注重创造经济效益,还应积极参与社会公益事业,特别注重社会效益。

由于骄人的业绩和对苏州汽车行业做出的贡献,安光泽被誉为苏州汽车界“一朵金花”,十年来她先后负责筹建运营了苏州海昌集团四家奔驰经销商店,也见证了奔驰在华的起步、沉浮和发展。安总表示,在奔驰东区的带领下,未来苏州海昌集团将为更多加入奔驰大家庭的客户提供更优质的服务,与大家继续“梦想”之路。