



上周，现代快报/ZAKER南京作为主办方，正式启动了中国(江苏)汽车行业高峰论坛。为了让本次论坛更有干货、更加丰富精彩，我们特意邀请了重磅专家团队，包括国家信息中心主任徐长明先生、南京市消费者协会秘书长董国成、业内知名KOL、雪球财经大V和厂商领导等，就汽车行业的诸多宏观、微观的议题一同论道南京。

现代快报/ZAKER南京记者 张雷

下周二见！中国(江苏)汽车行业高峰论坛 重磅专家团队一起论道南京

重磅专家嘉宾齐聚南京

作为主办方，从12月6日起，现代快报/ZAKER南京就着手准备本次论坛。本次论坛将于12月19日下午两点，在绿地洲际酒店六楼紫金厅正式开始。现代快报/ZAKER南京将与重磅专家团队一道，以权威的声音为中国汽车行业把脉，促进中国汽车行业向前发展。

本次论坛的专家有国家信息中心主任徐长明，南京市消费者协会秘书长董国成，汽车行业顶尖KOL——ZAKER副总裁黄习伟、原南方日报汽车周刊主编乐国星与雪球财经大V“被解放的mogwai”。

新闻链接

“金鼎”大奖等你来摘

此外，自本次论坛启动伊始，便受到了国内主流车企和经销商的关注，届时来自东风悦达起亚、上汽大众、一汽大众、上汽通用、长安马自达、广汽传祺、江淮汽车等企业的领导，以及数十家经销商老总将同聚现场。

权威专家为中国汽车行业把脉

可以预见的是，本次论坛可谓内容干货多多、精彩纷呈。徐长明先生是国家信息中心主任、高级经济师、商务部市场战略专家、全国工商联汽车商会指导委员、多家汽车骨干厂商的市场研究顾问，他的主要研究领域是宏观经济及汽车产业研究。本次

论坛徐长明主任将从中国汽车业发展现状与未来发展趋势作主题性报告。

南京市消协秘书长董国成则将以数据为支撑，为车企商解剖2017年南京汽车消费与服务市场，为汽车厂商的健康发展、向上发展作深度分析。此外，本次论坛还设置了圆桌论坛，还有车企领导以汽车与环保为主题论道南京。

而在《大咖车言论》环节，则有汽车行业顶尖KOL——ZAKER副总裁黄习伟、原南方日报汽车周刊主编乐国星与雪球财经大V“被解放的mogwai”，他们将就2017汽车业关键词、车企上市公司经营现状和发展潜力等议题进行分析讨论。

自启动以来，现代快报/ZAKER南京第一届汽车金鼎奖受到了广大读者和用户的热烈反响。经过梳理，在江苏人心中最有价值车型和金牌经销商方面，已经有不

少脱颖而出者。不过，已入围的车型、车商也别气馁，此次评选距离截止日期还有三天，同时我们还将结合专家评审团的意见进行综合考量。

推荐方式(任选一)

1. 微信关注“江苏汽车圈”，发送“推荐内容(车型、品牌、车企名称各一)+简单几句推荐理由”至后台；
2. 通过邮箱175677769@qq.com提交，请在邮件中写明自己推荐的车型、品牌、车企名称(各一)，并写明推荐理由；
3. 拨打热线025-96060，留言推荐内容(车型、品牌、车企名称各一)。



扫一扫
推荐有奖

新零售时代，打造最佳客户体验是灵魂 ——专访镇江鹏龙星徽4S店总经理林海鹏

镇江又多了一个豪华车零售新高地。

去年12月23日，百年品牌“三叉星徽”标志被竖在了距离镇江南高铁站8.8公里处的官塘桥路299号。这家奔驰4S店正是镇江鹏龙星徽，它在开业不到一年的时间里迅速崛起，不仅成为梅赛德斯-奔驰体系内的明日之星，还在某种程度上引发了镇江豪车市场竞争格局的改变。诸多成绩的背后，镇江鹏龙星徽有哪些值得向同行分享的地方？日前，笔者就此专访了镇江鹏龙星徽奔驰4S店总经理林海鹏。

通讯员 韩杰夫



厂商鱼水关系，互助共赢

事实上，用“一出生便风华正茂”来形容这家奔驰4S店，一点也不夸张。一方面，镇江鹏龙星徽的落成，适逢梅赛德斯-奔驰在华进入高速发展阶段，强大的品牌号召力和奔驰厂家东区“三步走战略”的指导，都是其成功的原因。另一方面，背靠强大的北汽鹏龙行合资方背景，镇江鹏龙星徽拥有的资源也不可谓不多。不过，如果仅仅认为是这些

成就了镇江鹏龙星徽，则未免显得浅薄。林总坦言，镇江鹏龙星徽的快速崛起也离不开奔驰东区在宏观和微观层面的关心与指导。比如，奔驰厂家东区在制定标准、对标找差方面给予精心指导，加上各种接近市场的有效培训和组织各式各样的客户体验活动等。

作为镇江鹏龙星徽4S店总经理，同时担任北汽鹏龙行华东区域总经理的林海鹏，对中国汽车市

也有着深刻的认知、理解和思考。他认为，“伴随着消费升级，打造最佳客户体验无疑是经销商的制胜法宝。”

其实不仅是镇江鹏龙星徽，随着8月23日上海鹏龙星徽顺利通过厂家的验收，在华东三省一市已拥有7家奔驰4S店的北汽鹏龙行，新店、老店将聚力进一步发挥规模服务优势，夯实奔驰在东区竞逐市场的力量之基。

注重人才培养和团队建设

林总为人谦和，但说话并不婉转，单刀直入是他留给笔者最深的印象。他坦言，镇江鹏龙星徽取得了还算不错的成绩，离不开团队的力量。因此，他在向笔者阐述鹏龙星徽将如何保持单店和奔驰在镇江的市场占有率优势之时，首要指出的一点便是“齐心协力，合则赢”。林总介绍说，目前奔驰在镇江

有3家4S店，相对于竞争品牌略占优势，而2017年奔驰在镇江区域的市场占有率也有了较大幅度的提升，“从目前的竞争格局来看，欲保持并扩大奔驰在镇江区域的市场优势，离不开奔驰各店团队的努力和3家店的齐心协力。”

人才无疑是团队和发展之基。在林总看来，“汇聚汽车销售和服务人才，凝心聚力、保证队伍

稳定是我们继续扩大影响力的关键因素。”为此，在员工的培养和发展空间上，林总没少思考并制定了系列激励机制。比如，针对表现优秀员工，不仅有机会在店内有晋升空间，还有机会被推荐到北汽鹏龙行华东区的兄弟4S店担任要职，“让员工在公司不仅仅是为了薪酬，更重要的是让他们得到进一步发展。”

整合资源，打造最佳客户体验

拥有诸多的资源，并不意味着能够很好地整合资源。据了解，林海鹏曾在国内不少一二线城市的多个品牌、多个平台下历练，拥有着14年汽车从业经历，无论是带团队经验，还是整合资源的能力，以及对新的营销战略战术的敏感等，都是镇江鹏龙星徽乃至华东七家奔驰4S店聚力向上的关键因素。

在创新营销举措上，今年4月，镇江鹏龙星徽邀请了28位客户，举办了“春风得意，随心而驰”寻源之旅。在厂家东区领导的帮助下和北汽鹏龙行大平台的支持下，为奔驰客户打造了难忘的5天4夜品质之旅，带领车主体验奔驰文化魅力的同时，向客户展示了“心所向，驰以恒”全生命周期的服务和不一样的自驾体验——这是林海鹏及其团队践行东区“三步走战略”思想，将集团资源优势转化为经销店优势的经典案例。

但如果你知道了镇江鹏龙星徽的销量与保有客户的比例为1:2的时候，即便你为它点33个赞也并不为过。这个“不正常”的数据，鹏龙星徽是怎么做到

的？据林总介绍，这一切都应归功于为客户打造最佳体验的核心价值观。比如，为了提升与进店客户的互动，鹏龙星徽在厂家东区领导的指导下，将展厅全面升级为数字化展厅，并积极采购了各款车型的试驾车等，都是为了给客户最佳的体验。数据显示，镇江鹏龙星徽客户的回厂率高达95%，转介绍率在15%-20%之间，客户忠诚度非常高。

“这离不开厂家东区领导和北汽鹏龙行集团党委领导的指导与支持。”林总说，奔驰东区看重与经销商合作伙伴之间互信互荣的鱼水关系，给力的金融政策、星睿二手车和售后体系等助力工具使得他们经营质量越来越好。

未来，镇江鹏龙星徽将继续秉承三叉星徽的创新精神，并落实到日常运营的方方面面，持续向客户传播奔驰的品牌价值。同时，镇江鹏龙星徽将继续在北汽鹏龙行党委的指导下和支持下，坚持“北汽、直营、责任、创新”的八字经营理念，以诚信为本，打造客户最佳体验，为越来越多的客户提供轻松、愉悦的“车·人·生态”服务。

