



东风悦达起亚 与本土车市共成长

人物档案:常亚东,车界总经理俱乐部会员,洛阳悦达汽车有限公司副总经理

□记者 许晓洁 文/图

2012年,东风悦达起亚在洛阳市场销售形势火爆;春节前,4S店更是出现无车可卖的情形。面对这样的销售业绩,洛阳悦达汽车有限公司的管理层却非常冷静。该公司副总经理常亚东说,洛阳车市仍处于起步阶段,要应对日益激烈的市场竞争,企业需要与车市共同成长。



度,公司精耕细作,制定了详细的考核办法:新员工入职后,必须接受3个月的培训;销售人员提成多少,由客户打分决定……

“我们知道,对于汽车的品质,销售人员说一百句,可能不如客户说一句,口碑太重要了,我们绝不做一个锤子买卖。”常亚东说。

东风悦达起亚时尚感、运动感十足,因此,公司非常重视培养年轻的客户群体。客户在成长过程中,会升级换购汽车,汽车销售企业要做的是努力留住客户,提高客户的回头率。因此,洛阳悦达汽车有限公司虽然是汽车销售企业,但其最大的部门不是销售部,而是客服部,此举就是为了提升客户满意度,从而留住客户。

企业文化 激发市场正能量

“要想让客户满意,企业首先要增强员工的忠诚度;要让员工对企业忠诚,企业必须有优秀的企业文化。”常亚东说。

为了拓展市场,公司尝试过举办自驾游活动。不过,活动过后,客户们除了一身的疲惫之外,似乎很难留下其他东西。常亚东发现问题后,及时调整策略,将建设企业文化与开展市场活动相结合,号召客户与公司人员一起到贫困地区进行助学活动,并组织农村孩子到城市体验生活。“爱心活动,不仅拉近了企业和客户的距离,同时滋养了企业员工和客户的心灵。”常亚东说,爱心活动可以激发市场“正能量”,这是企业和客户都需要的,企业与客户在活动中共同成长。

本土车市 成熟仍有待时日

“洛阳车市仍处在起步阶段。”常亚东说,他入行多年,看着洛阳车市逐渐成长。虽然人们对汽车的需求日益增多,洛阳车市的“蛋糕”也越来越大,但在常亚东看来,洛阳车市还不够成熟。比如,

布局不够合理,城市西部没有专业汽车市场。当同一品牌汽车在洛阳有两三家4S店,各品牌汽车的直营店开到县里时,洛阳本土车市就基本成熟了。

精耕细作 提高客户满意度

常亚东介绍,为了提升客户满意

车界总经理俱乐部

洛报集团车界总经理俱乐部由洛阳日报报业集团汽车全媒体团队精心打造,俱乐部将定期举办行业沙龙、专家讲堂等大型活动,也将开办《新车推介》《试驾体验》《读者团购》等互动专栏,为俱乐部会员及读者提供交流协作的专享平台。俱乐部特推出《精英访谈》栏目,诚邀总经理俱乐部会员为读者解析车市走向,分享行业心得。俱乐部热线:65233719



技术日产 人·车·生活

新世代天籁

NEO DNA 新生豪华

“我亲身领略到。”



洛阳威盛专营店 销售热线: 686 00000 售后热线: 6525 3222 洛龙区龙门大道牡丹宫路口南侧
洛阳威丰专营店 销售热线: 6525 0000 售后热线: 6523 5888 九都东路名车苑路口南200米



☎服务热线

400 830 8899 800 830 8899

TEANA 天籁 SYLPHY 轩逸 SUNNY 阳光 LIVINA 骐达 X-TRAIL 奇骏 QASHQAI 逍客
MURANO 楼兰 TIIDA 颐达 MARCH 玛驰 QUEST 贵士 NISSAN GT-R

东风日产