

■ 售后篇

不仅要留住消费者 还要留住他们的心

□ 记者 许晓洁 文/图

走到汽车4S店门口,马路上有销售顾问来迎接;走进汽车4S店,马上有人为你送上饮料;有问题要咨询,销售顾问马上为你耐心解答。不过,在消费者看来,这些都无法表明经销商的诚意,他们更看重的是交钱之后经销商的表现。

售后服务的重要性已经被提了多年,并不新鲜,不过汽车市场发展到今天,它仍是重中之重。今年的售后服务呈现哪些特点?业内人士有话要说。



汽车4S店维修车间

关键词 2 客户满意

对于汽车4S店来说,最理想的状态就是消费者在该店买车之后,留在该店维修保养车辆,过几年,消费者需要置换车辆时,还购买这家4S店销售的汽车。怎样才能达到这一目的?这就需要汽车4S店打动客户,留住客户的心。

我们在前面也说了,仅靠售前的良好表现,很难打动消费者的心,聪明的经销商当然意识到了这一点,于是他们纷纷在提高售后服务质量上做文章。

赵冬说,为了维系客户,他们实施了“认领制”,即一名服务人员需要负责一定数量的客户,这些客户有任何问题都可以咨询这名服务人员,这名服务人员除了要根据不同客户的用车习惯为他们安排合理的保养时间,并提醒他们到店保养,还要通过爱心短信等方式加深客户对该店的感情。

从目前的情况来看,这种服务措施的效果很不错,很多客户在发出“你怎么知道我该保养车辆”的感叹后,还会赞赏服务人员的细心。

东风悦达·起亚洛阳悦达4S店还设立了客户关系部,专门负责与客户维系感情。该店还通过购买软件的方式设立了微信平台,以方便客户快速获知违章等情况。

东风悦达·起亚洛阳悦达4S店总经理常亚东说,汽车市场的竞争是综合性的比拼,厂家要提供优质的汽车产品,汽车4S店也必须提供良好的售后服务,只有树立更好的企业形象,才能获得更大的发展空间。

关键词 1 高性价比

虽然很多汽车经销商不愿使用“售后养售前”这样的表述,但是他们表示售后服务在经营中越来越重要了。

多名经销商坦言,新车销售业务已经进入微利时代,有时为了提高销量,他们甚至会赔钱销售。从售后服务领域寻找盈利空间已经成了绝大多数经销商的选择。

不过,寻找盈利空间并不意味着售后服务领域的利润丰厚,要知道汽车4S店不仅面临着同城汽车4S店的竞争,还面临着很多汽车维修企业的竞争。

“挣小钱,做大事。”北京现代洛阳众腾4S店总经理赵冬说,如今的消费者那么精明,在售后项目上提价的代价就是赶走客户,用高

性价比的服务打动客户、留住客户才是王道。

广汽本田洛阳键通4S店展厅经理何永升说:“市场发展到今天,维修保养项目的价格相当透明,在汽车4S店维修保养的费用通常会比在汽车修理厂维修保养的费用多一些,那么,汽车4S店就得想办法让消费者认为多花这些钱是值得的。”



技术日产 人·车·生活

智能贺岁版

家轿轩逸巨惠上市

不狂欢不过年!

进店即有豪礼相送!



智能贺岁版家轿轩逸 = 上市巨惠 + 32英寸电视 + 全能洗衣机 + 冰箱

洛阳威盛专营店 销售热线: 686 00000

洛阳威丰专营店 销售热线: 6525 0000

售后热线: 6525 3222

售后热线: 6523 5888

龙门大道牡丹宫路口

滨河路东头左转即到

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



驱动世界 20 年

☎ 服务热线

400 830 8899 800 830 8899

www.dongfeng-nissan.com

东风日产