

■销售篇

# 面对淡定的消费者 经销商不淡定了



消费者在选购车辆

□记者 许晓洁 实习生 殷初蕾 文/图

汽车经销商凭什么向厂家要求“待遇”？当然是销售业绩！经销商凭什么来获得利润？当然也是销售业绩！销售业绩越好，其获得的利润和从厂家获得的返利就越多。

## 关键词 1 稳定增长

谈起2013年车市的整体行情，很多业内人士都用“淡季不淡，旺季不旺”来形容。在他们眼中，相比往年，今年淡季、旺季的销量差距不大。

北京现代洛阳众腾4S店总经理赵冬说，7月、8月是车市的传统淡季，不过他们每月的销量仍有八九十辆；11月应该是传统旺季，销量也不过110辆。“从销量上来说，淡季和旺季的差别并没有那么大。”

那么，经销商凭什么来提高销售业绩？答案很简单——科学的销售方法。别嫌汽车经销商把销售看得太重，要知道对他们来说，没有销量，一切都是空谈。

2013年的汽车销售有哪些新特点呢？听听业内人士的说法。

洛阳广汽本田键通店展厅经理何永升说，没有了往年淡季、旺季销量的大起大落，今年的汽车销量比去年增加了20%至30%。

赵冬等业内人士比较看好国内车市，认定其在上升期内，今后首次购车及置换车辆的消费者仍会增加，而各品牌对洛阳的关注度也在提升，同城竞争会进一步加剧。

## 关键词 2 专业水平

在分析全年“淡季不淡，旺季不旺”的行情时，经销商认为主要原因是消费者的心态逐渐成熟。何永升说：“消费者不再觉得买车是一件大事，扎堆买车、盲目跟风这样的情况越来越少。”

消费者心态的转变与供求双方地位的变化是同时进行的，在供求关系中，消费者越来越有主动权。东风悦达·起亚洛阳悦达4S店总经理常亚东说：“在车行打拼十几年，我们最开始坐着卖车，后来站着卖车，现在得跑着卖车了。”

常亚东说的“跑”，就是追着消费者“跑”，也是被消费者赶着“跑”。赵冬说，今年他有一个明显感觉，那就是消费者更专业了，“消费者了解汽车的渠道有很多，汽车宣传册上的内容已经不足以应对他们的提问了”。

赵冬说，消费者提出的问题越来越专业，他们店对销售顾问的知识水平也提出了更高的要求：不管消费者买不买，在与他们沟通的过程中，销售顾问都应该让其有所收获。

## 关键词 3 网络营销

车市竞争激烈，消费者淡定，可汽车经销商不淡定了，这点我们从各大品牌汽车4S店高频率的促销活动中就能感受到。

从目前来看，单纯的线下销售已经无法满足当前的市场需求，于是各家汽车4S店纷纷成立网销部，从网上搜集客户线索主动出击。今年的“双11”，我市多家汽车4S店配合天猫、汽车之家等网站来了一次“线上订车，线下提车”的活动，把线

上线下活动结合起来。

虽然从结果来看，“双11”活动可能并没有给参与活动的经销商带来太多惊喜，但是他们依然对此保持乐观的态度，毕竟他们在尝试网络营销的过程中积累了经验并增强了品牌影响力。我们也注意到，还有一些经销商对于网络营销保持着非常谨慎的态度，这份保守究竟是以不变应万变，还是有可能让经销商错失机遇，仍有待时间来证明。

英伦汽车 Englon Automobile

暖冬盛惠 1元风暴

买英伦 东花坛 12月21-22日

圣诞狂欢，英伦汽车1元风暴强势来袭

Merry Christmas!

即日起均可报名参与，活动详询洛阳久富4S店

东花坛久富英伦4S店 65522566 / 15515308812

地址：九都东路名车苑汽车广场内北侧109号 / 九都东路与启明南路交叉口路北向西100米

SIMPLY CLEVER 专于智 慧于行

SKODA

Yeti 野帝 越野越自己 以硬派风范 让世界刮目相看

高性能纯正德系 SUV

全开启式超广角全景天窗 OFF-ROAD越野模式搭载智能四驱功能 Varioflex后排座椅自由组合系统

棱角分明，独具硬派风范。越野越自己拒绝圆滑，方成就更硬朗独特的自己正如野帝的硬派车身造型，以刚毅线条尽显非凡气场。更配备全开启式超广角全景天窗，独立拆卸后排座椅，并搭载智能四驱及OFF-ROAD越野功能，让您拓展全新视野，开启壮阔旅程。

众源年末 惊呆全城 全系抢购会 12月22日众源斯柯达邀您来参加

SKODA 斯柯达 洛阳众源汽车有限公司 销售热线：0379-65172666 65172888 上海大众汽车 SHANGHAI VOLKSWAGEN