

经销商篇

●东风日产洛阳威盛店市场总监 付新爱

品牌上榜理由:性价比高,差异化服务。

企业经营之道:“在消费者心中,东风日产的性价比是最吸引人的地方。”东风日产洛阳威盛店市场总监付新爱说,除此之外,差异化的服务,也是他们赢得消费者的重要原因。在提高操控性的同时,东风日产也严格控

制车辆油耗,并丰富车辆配置,提高驾乘舒适度。

同时,该店不定期举行各种优惠促销活动,让消费者在购车时更划算。

未来发展规划:在新天籁公爵热销之际,该店举行了年底感恩大回馈等多种优惠活动。



●东风悦达·起亚洛阳悦达店总经理 常亚东

品牌上榜理由:有世界知名设计师作后盾,车型外观漂亮、性价比高,这样的品牌怎能不上榜?

企业经营之道:“东风悦达·起亚之所以能够得到消费者的认可,是因为它满足了老百姓的需求。”东风悦达·起亚洛阳悦达4S店总经理常亚东说,不管是K系轿车还是“双跑”SUV,都是性价比相当高的产品,且维修保养费用相对

较小。

未来发展规划:“2014年,东风悦达·起亚有‘大动作’。”常亚东说,2014年,东风悦达·起亚第三工厂将投产,届时其总产能将达到80万辆,此外还会推出两款新车,其中一款新车的大小介于K3与K5之间,另一款跟K3差不多,而洛阳悦达店将进一步完善展厅硬件设施。



●福特洛阳动力店销售经理 党洪峰

品牌上榜理由:如果它不上榜,估计那些为看车而到4S店里挤来挤去的消费者都不会答应。

企业经营之道:福特洛阳动力店销售经理党洪峰说,在翼搏、翼虎、新蒙迪欧等热门车型上市之后,福特的车型更加丰富,受到越来越多消费者的关注。车型价格从7万元至50多万元不

等,能够满足不同消费者的需要。今年,他们店的促销活动特别多,为良好的销售业绩打下了基础。

未来发展规划:说起2014年,党洪峰透露,福特应该会扩大产能,对于洛阳动力4S店来说,销量还要继续增长,进一步抢占市场份额,以应对更加激烈的竞争。



●广汽本田洛阳键通店销售经理 段轶芳

品牌上榜理由:趁着日系车“升温”,本田的销量也是一路看涨。

企业经营之道:广汽本田洛阳键通店销售经理段轶芳说,趁着日系车回暖的“大气候”,他们店的销量也比去年提升了不少,不过归根结底,消费者看重的还是产品质量。作为一家12年的老店,段轶芳说他们非常重视维

系老客户,每个月由老客户介绍产生的销量就能占到总销量的四成左右。

未来发展规划:明年,广汽本田键通店将以提高客户满意度为主要任务,通过新车上市,为客户提供更多选择。2014年广汽本田将推出4款新车:小型SUV车VEZEL、新飞度、新歌诗图和新奥德赛。



●上海大众洛阳众捷店零售经理 史琛

品牌上榜理由:别总把人家的成功归结于品牌的强势,上海大众的明星车型就是多!

企业经营之道:“上海大众对车型的定位非常准确。”上海大众洛阳众捷店零售经理史琛说,上海大众取得如此优异的销售成绩,根源在于其产品的核心竞争力,造车工艺严谨,产品够丰富。对于什么类型的消费者会选择

什么类型的车,他们需要怎样的购车方案,上海大众心中有数。在发展过程中,上海大众重视管理体系及服务体系的完善,口碑营销效果明显。

未来发展规划:2014年洛阳众捷4S店的主要任务是增加销量和提高客户满意度,争做星级经销商。史琛透露,2015年上海大众会推出高端车型,旨在增强消费者对品牌的信心。



●斯柯达洛阳众源店销售总监 徐荣强

品牌上榜理由:虽然找了一帮明星代言,但它给人的印象依然很踏实,事实证明,消费者很买账。

企业经营之道:“我们最看重的就是客户满意度。”徐荣强说,他们的客户低调、务实,通常在进店之前就已经了解了目标车型的相关信息,而他们

要做的就是打“人情牌”,通过高品质服务留住客户。

未来发展规划:徐荣强说,2014年,他们店将主打“文化牌”,通过一系列活动宣传斯柯达的品牌文化,在活动中将融入品酒、音乐、芭蕾舞等元素。

