



经销商篇

● 奥迪洛阳海灵店销售经理 秦璐

品牌上榜理由:很强的操控性、多元化配置以及突出的安全性。

企业经营之道:“一辆奥迪车有13600多项专利技术,这些技术使奥迪具有很强的操控性、很高的安全性及强劲的动力。”洛阳海灵奥迪4S店销售经理秦璐说,作为最早一批进入中国市场的中高端汽车品牌,奥迪拥有很高的品牌认知度和固定的消费群体,这为其销量增

长打下了基础。同时,长时间的市场锤炼,也让奥迪形成了一套完整的销售体系,无论是前厅接待还是售后服务,都有自己的步骤和流程。“每个环节都紧张有序,让奥迪飞速向前。”秦璐说。

未来发展规划:2014年,奥迪A3将实现进口国产一体化,届时这款全进口的A级家轿将抢滩洛阳,与消费者见面。



● 北京汽车洛阳宝顺店总经理 黄振虎

品牌上榜理由:它所受到的认可,是在激烈竞争中依靠自身优势换回来的。自主品牌不容易,能够取得较好的销售业绩,一定要付出很多。

企业经营之道:北京汽车洛阳宝顺4S店总经理黄振虎说,北京汽车来到洛阳的时间很短,从目前的销售业绩来看,起步还是相对顺利的。他说,北京汽车的车型性价比非常高,很适

合刚上班的年轻人,而他们店也试图从细节上关怀消费者,增强他们对北京汽车的好感。“销售渠道的拓展也对品牌发展产生重要作用。”黄振虎说,他们一直尝试利用多种平台推广产品,厂家也在背后给予了很大的支持。

未来发展规划:黄振虎说,2014年的重点是要提升口碑,此外还要增加售后产值和精品业务产值。



● 北京现代洛阳众腾店内培训师 任飞

品牌上榜理由:车型价格公道,服务令人满意,此外,销售顾问一条龙的上牌服务也为消费者挂牌带来了不少便利。

企业经营之道:“北京现代一直秉承让股东满意、让员工满意、让顾客满意的宗旨,在维系老客户方面投入大量成本。”北京现代洛阳众腾店内培训师任飞说,在销售顾问的服务上,公司强调做好“顾”与“问”两点:“顾”即照顾顾客的感觉,“问”即问出顾客的需求,从而

使消费者做出正确的选择;在购物环境方面,公司不断提升硬件条件,为消费者营造回家的感觉。

未来发展规划:1.公司将于近期举办名图试乘试驾会和元旦优惠活动;2.每月10日左右,公司都将举办大型团购活动,给消费者带来大实惠;3.公司明年的工作重点仍在客户满意度上,年销量千台以上,力争打造洛阳市第一北现特约店。



● 比亚迪洛阳宝骐店总经理 马可

品牌上榜理由:它是一个高性价比的国产汽车品牌。

企业经营之道:“高性价比,是比亚迪最大的卖点。无论是1.5升的L3,还是1.6T的G6,都能让消费者用最少的钱买到最优质的服务。”洛阳宝骐比亚迪4S旗舰店总经理马可说,经过多年的市场历练,比亚迪赢得了消费者的认可。从F0到L3,再从G6到M6,比亚迪完成

了从微型车到家轿、SUV,再到MPV的全车型覆盖。同时,比亚迪“4年10万公里”的质保承诺也让消费者在买车时更加放心。

未来发展规划:2014年,洛阳宝骐比亚迪4S旗舰店将新增客户关系部,继续加强与客户的联系。同时,还将依托该部门全面推行体验式营销,给消费者带来全新体验。



● 别克洛阳和悦键通店销售经理 庄佳宁

品牌上榜理由:大众化的造车理念、便宜的价格、全面的安全保护、精良的做工,符合中国消费者需求,自然备受青睐。

企业经营之道:“我们要严格执行上海通用公司的相关规定和服务制度,使别克的品牌形象深入人心。”别克洛阳和悦键通店销售经理庄佳宁说,“键通店在我市经营多年,在服务洛阳百姓方面,经验尤为丰富。我们

在经营上非常注重让客户获得实惠,一方面在价格上让利于客户,给客户带来了实惠;另一方面用优质的服务留住客户,加强客户对品牌的依赖性和对4S店的感情。”

未来发展规划:今年年末,公司将举办放量优惠活动,力争销量突破2000台。在明年,公司将继续以更好的服务回报消费者,从而提升客户满意度。



● 长城汽车众山伟业店市场部经理 李宇

品牌上榜理由:价格适中、配置丰富、质量过硬、口碑良好。

企业经营之道:长城汽车众山伟业店市场部经理李宇表示,他们店坚持“诚信经营,客户满意”的宗旨,致力于塑造诚信形象,为客户提供各种贴心服务,以此赢得客户的信赖。

在产品质量方面,长城汽车精益求精,用科学的态度对待每一个细节,

实现每一辆新车“零问题”下线。在上市之前,还会经过无数道把关程序及试乘试驾检验,确保客户获得最佳的用车体验。

未来发展规划:近期,公司将尽快消化库存车,实现年底业绩大幅提升。李宇透露,明年年初,哈弗H8将全新上市,该车定位于高端越级SUV,这是长城汽车进军高端品牌的一大举措。

