

圈层营销、媒体支持、培育市场……

经销商：谋划一个更好的未来

□记者 许晓洁 文/图

“汽车让未来更美好”，当汽车为消费者带来一次又一次的惊喜时，汽车经销商们如何才能越过越滋润呢？记者对我市多家汽车经销商进行专访，发现他们在营销策略、营销理念方面有很多想法。



常亚东

车商一直需要媒体

“当汽车销售增速放缓，一些人就担心汽车经销商会面临惨淡的局面，这种担心现在完全没有必要。”洛阳悦达汽车有限公司总经理常亚东说，虽然不少汽车品牌都在县区设立了二级网络，但从目前县区消费者更愿意到市区购买汽车的情况来看，人们仍将汽车当成“宝贝”，而不是将其当作普通的日常消费品，在这种状态下，本地经销商只要能够通过较高的客户满意度留

住客户，就能过上好日子。

常亚东说，维持客户满意度，不仅需要车商的努力，而且需要媒体的配合，品牌形象的树立只靠车商“单打独斗”是不行的。如今，媒体更加多元化，这让车商从中受益，不过，车商也要从诸多媒体中选择适合自己的媒体。他认为，在宣传汽车这种大宗商品时，经销商要抓住主流媒体，这类媒体更有影响力、号召力。



曲鹏

让客户骄傲地消费

吉利汽车正在通向“大吉利”的路上，它旗下的帝豪、全球鹰、英伦三个子品牌将使用统一的吉利品牌。在这种背景下，洛阳协力汽车率先成立“吉利超市”，将吉利汽车旗下各种车型集中在一起。“拧成一股绳，劲儿往一处使。”洛阳协力汽车总经理曲鹏说。

“不管与外地车企竞争还是与线上商家竞争，‘汽车超市’都不缺价格优势，现在

要做的是让消费者到‘汽车超市’骄傲地消费。”曲鹏说，他们有丰富的产品攻占各种细分市场，产品这部分已不需要他们操心，而如何让消费者更愉悦、更骄傲地购买自主品牌汽车，才是他们要考虑的问题。“‘汽车超市’的硬件已经达标，下一步我们要通过软件的提升来吸引消费者。”曲鹏说。



宋明

做可持续发展的车商

近日，大众在北京举办了大众品牌集团之夜活动，将其在全球的重量级人物齐聚一堂，毫无疑问，大众将重心放到了中国市场。为了成为可持续交通的倡导者，大众已经将量产的新能源汽车投放到国外市场，而可持续交通的理念也在影响着国内的经销商。

洛阳中豫汽车贸易有限公司总经理宋明说，他们的客户群有很明显的特征，

消费理念先进、收入较高，因此进口大众产品在洛阳没有“水土不服”的情况。对于大众品牌，洛阳消费者很认可；对于进口大众的产品，洛阳的消费者很喜欢，因此只要让消费者对于洛阳中豫的汽车价格和服务满意了，公司自然能够留住客户，他们会继续秉承厂家的理念，努力进行可持续发展的探索。

将圈层营销作为重点

“在有序的市场环境中，如何获得更多的主动权，这是我们要思考的问题。”洛阳豫德宝汽车销售服务有限公司市场部经理李明辉说。

李明辉作过统计，购买高端车的客户大多数都是由朋友介绍来的，这让他们意识到圈层营销的重要性，“同一类人群具有相似的生活状态、艺术品位，很自然就会产生联系，我们要做的是让产品的口碑在某一圈层传播。”李明辉说，他们通过红酒品鉴会、高尔夫球赛等看似与汽车无关的活动与客户进行交流，提升他们买车后的幸福感。

除此之外，实际的服务措施必不可少。李明辉说：“我们最近推出了‘星悦服务’，客户可以通过提前预约晚上到店维修保养。以后，人性化的服务还会越来越多，越来越细致。”



李明辉

进一步培育市场

“我们承认，洛阳的荣威市场还需要进一步培育。”洛阳旭致汽车销售服务有限公司销售经理李妍潇说，与周边县(市)区相比，洛阳的消费者对于荣威品牌的认知度不够高，他们公司有必要用最快的时间培育洛阳市场，让洛阳消费者认可荣威汽车。

对于培育市场，李妍潇有着清晰的思路：搞活动，媒体宣传，提高销售顾问的服务水平。不难看出，前两者都是为了提高荣威汽车的知名度，李妍潇说，相对来说，媒体宣传更为重要，他们会更多地借助主流媒体宣传荣威汽车。



李妍潇

资讯速递

●广丰将在年内引入的全新中级车将基于丰田SAI打造，这款车将填补广丰在中级车细分市场空白。

丰田SAI是丰田在2009年针对日本市场推出的一款车型，与普锐斯一样，SAI也是混合动力车型，并无汽油版。SAI在日本定位为高端紧凑型车，整车基于卡罗拉平台打造，却被装上了一套大排量的混合动力系统和诸多高科技配置。目前尚不清楚广丰会在引进时对SAI进行多大程度的本土化改造，知情人士透露，考虑到成本和竞争优势，不排除广丰在SAI的基础上推出汽油版或更小排量混合动力车型的可能。

●近日，北汽威旺M20全系车型启动特价优惠盛宴。从4月10日起至5月31日，北汽威旺M20全系车型的售价均调低3000元，消费者可以以更低的价格购买到北汽威旺的高品质车型。

北汽威旺M20此次减价不减配。例如，北汽威旺M20的低配车型添加了双蒸空调、遥控钥匙、行驶自动落锁、倒车雷达等装置，并配备了电动助力转向系统、中门电动窗、毛毡地毯、单碟CD，在外观设计上，北汽威旺M20还多了前雾灯、扰流尾翼、LED昼行灯等实用配置。自2011年成立至今，北汽威旺已扎根中国市场整整3个年头了。2014年，北汽威旺将实现在微车领域四大细分市场的全覆盖，夯实微车市场第四名的主流地位，强势进军微车品牌的第一阵营。

(据新京报网)

