

双十一来了

2014.11.11 COMING SOON

车商铆足劲儿 备战“双11”



车商“唱”起“好声音” 渴望获消费者“转身”

在《中国好声音》的舞台上，选手们用情歌唱，渴望获得导师们的转身，这是对他们歌唱水平的认可。不过，选手们的歌唱水平不同，能获得导师转身的数量也不同，好的选手常常会被多位导师“疯抢”，这在车市也不例外。

对车商来说，他们为“双11”策划的活动，就是他们“唱”起的车市“好声音”，通过这些“好声音”吸引消费者“转身”，从而选择自己。不同车商的产品不同，组织策划能力不同，活动的效果也不相同。

据了解，有的车商策划的“双11”活动是店头活动，通过活动邀约顾客进店消费，比如长城汽车洛阳众山伟业店等。有的车商策划的“双11”活动是线上线下结合的活动，消费者在网上交订金，就能获得油卡、精品大礼包或车价上的优惠，比如东风悦达·起亚洛阳悦达店、广汽丰田洛阳启明店、东风日产洛阳威丰店、启辰洛阳威佳启兴店。

(下转D02版)

□记者 许晓洁

近一段时间，东风悦达·起亚洛阳悦达店市场部经理王卫东每天都在考虑一个问题：如何能让“双11”活动更好地呈现在消费者面前。这个问题也同样困扰着其他的4S店。

看到车商们如此重视“双11”，作为消费者当然想知道他们今年的活动有什么特点。洛阳晚报记者对我市的一些4S店进行走访后发现，为备战“双11”，车商们正在上演“中国好声音”“爸爸去哪儿”“奔跑吧兄弟”一系列精彩内容，这就请您跟我一起来看看吧。

11月11日，曾经只是光棍节，后来，在天猫、京东、苏宁易购等电商的推动下，这个“网购狂欢节”有了一个响当当的名字——“双11”。随着它的影响力不断增大，如今的它已成为商家、平台供应商、物流企业的必争之“地”。今年，车商们在“双11”给消费者准备了什么样的大餐，消费者在参与“双11”活动时又要注意哪些问题呢？请看报道——



绘制 王伯晨