

Brilliance Auto 河南裕华晨光 华晨汽车全品牌经销商
热烈庆祝骏捷FRV河南地区首家上市
销售热线: 0371-80612866 (花园店) 63730743 (北环店) 66539789 (中博店)

奥运热浪正以排山倒海之势影响着每一个行业,车企也不例外。借力奥运做好品牌营销,这样难得的机遇不仅仅属于奥运赞助商大众汽车,同时也是国内整个汽车行业在全球聚焦下秀出风采的良机。新车、新技术、赛事营销……车企奥运的营销热潮一浪高过一浪。



“品牌战”号角吹响

历史上,搭上奥运平台而成为世界知名品牌的汽车不在少数。无论是丰田汽车,还是现代汽车,无一不是奥运的受益者,今年,这场品牌营销战的主角是大众汽车。自2004年成功成为北京奥运会唯一合作车企之后,大众汽车就开始把“奥运”主题渗透到每一个营销活动中,随着奥运的脚步越来越近,南北大众旗下产品也更多地以奥运的名义打品牌战。

在上海大众斯柯达经销商河南裕华上捷4S店,位于展厅核心位置的明锐奥运纪念版异常醒目,“这款车采用了2.0L排量发动机,只发售2008辆”。销售人员告诉记者,购买限量版车型的车主,除有机会抽取北京奥运门票或奥运套票外,还将获赠包括车险、奥运车贴等奥运促销大礼包,更可收藏奥运车主纪念证书。作为“中国国家自行车队主赞助商”、“中国自行车运动协会战略合作伙伴”、“好运北京”测试赛的唯一官方指定用车,在上海大众的子品牌中,2007年引进中国的斯柯达品牌可谓搭上了奥运的顺风车。尽管斯柯达在中国的知名度相对较低,但借助奥运赞助商,斯柯达有望成为奥运营销的最大获利者。

此外,“绿色奥运”给了大众一个启动绿色战略

绝好时机,由30辆采用先进绿色动力技术的环保车型组成的大众汽车“奥运绿色车队”,将在奥运会期间提供给北京奥组委主新闻中心使用,这些车型采用的几乎囊括了大众目前所有节能环保技术。

“背景式营销”如火如荼

奥林匹克的核心精神是“重在参与”,奥运营销也不例外。非奥运合作车企也没闲着,通过事件营销、“类似语”营销、赞助相关参与者和与赞助商联盟等打奥运“擦边球”,进行背景式营销;今年北京车展,奇瑞推出的新一代小型车就是以奥运福娃为主题;近期上海通用也宣布雪佛兰品牌成为中国国家游泳队合作伙伴。

◆ 体育赛事营销热起来

在全民迎奥运、全民皆运动的背景下,诸多的体育营销活动也此起彼伏:在经历了三次达喀尔汽车拉力赛严峻考验后,人们不仅记住了帕拉丁,也记住了郑州日产。今年6月的首届“穿越东方马拉松越野赛”中,郑州日产组建了奥丁·锐骐车队,除国内车手参加外,还招募了海外车手和领航,将品牌的影响力和知名度扩大到海外。此外,还配备了奥丁·御

雅力士争雄小车市场

伴随油价的一路高企,小排量汽车当道的时代即将来临,越来越多的小型车正加速进入中国市场。对比国内同级别两厢车,广州丰田雅力士在安全性、动力性、空间大小上略高一筹。

雅力士1.6L车型标配了同级别车型中罕见的六个SRS安全气囊,再加上前排预紧三点式ELR安全带、后排三点式ELR安全带(中间为两点式)以及座椅固定装置等一系列安全装置,为全车乘员提供了完整周到的安全保护。此外,雅力士主动安全性能也同样出色:中高档车才具备的ABS防

抱死制动系统(带EBD电子制动力分配系统)、BA刹车辅助系统套装,在雅力士身上都得到了完美呈现,使其在任何时候都能提供上佳的道路控制力;1.6L车型搭载和卡罗拉同源的最新的VVVT-i发动机,该款发动机最大功率可达87KW,最大扭矩150mm,已接近国内部分2.0L发动机的水平,最快车速高达195km/h,更居同类型之最。双VVVT-i发动机带给采用双可变正时气门技术,进气排气均能达到可变,不仅实现了在中低转速下的充沛扭矩输出(150Nm/4400rpm)及高速下的卓越动力

输出(87KW/6000rpm),更能充分燃烧燃油,兼顾了小型车的经济性。

据广汽丰田富达诚诚航海路店负责人介绍,为争取最大的车内空间,雅力士着力缩短前后悬,营造出2460mm这一不逊于中级轿车水平的轴距,从而使真正有效影响驾乘人员舒适度的乘员舱空间得以放大。同时,当具备4/6分割的后排座椅放倒,并向前滑移至最大程度时,雅力士行李箱空间可以由272L变为737L,空间弹性之大,弥补了两厢车行李箱空间偏小的不足。

魏瑞娟

奥运近了 营销热了

本报记者 李莉

轩、帕拉丁作为后勤保障车辆,组成了强有力的产品方阵,充分展示了企业的家底和实力,以及市场发展的产品战略。

在3月份成功举办“为冠军助威,为成功喝彩”活动并初尝体育营销的甜头之后,7月份“一汽丰田REIZ锐志极限漂移”再次使锐志汽车成为全国瞩目的焦点,标志着一汽丰田以体育营销的模式打造锐志汽车的新一轮市场竞争。

◆ 奥运版车型风行

荣威御版、北京现代途胜“奥运旅行版”、东风悦达起亚狮跑奥运特别版……奥运会尚未开幕,众多车企已经不约而同地推出了旗下畅销车型的“奥运版”、“冠军版”、“迎奥版”、“限量版”等成为厂家营销最新鲜滚烫的关键词,将车市的奥运气氛渲染得淋漓尽致。

虽然并非奥运赞助商,上汽荣威御版同样成为限量发售的一员,20.08万元的售价直接与奥运挂钩,此外,还有皇冠2.5Royal奥运版、戈蓝奥运版、速腾冠军版,也在分食奥运营销这块大蛋糕。

◆ 护航火炬传递

一汽-大众作为2008年北京奥运会汽车合作伙伴,为火炬传递活动提供了105辆迈腾和65辆速腾作为奥运火炬接力护航车队,这个车队经受了全国各地各种环境、气候的考验,以10km/h左右的速度在长达8~12小时左右低速行驶,出色低速稳定性保证了火炬接力的顺利进行。

祥云火炬在郑州传递期间,一汽-大众奥运火炬手、国际名模、著名时装设计师马艳丽将携奥运祥云火炬亲临河南南通一汽展厅参加“共享奥运 传递激情”活动。

新车登陆

东风本田

推出思域五周年纪念版

7月16日下午,东风Honda强力打造的CIVIC(思域)五周年纪念版河南上市仪式在郑州百盛购物广场举行。东本华林店、港源店、双仪店的相关负责人及全省的东风Honda经销商齐聚现场助威。

第八代CIVIC(思域)自2006年上市以来,以“安全、环保、节能、驾趣”的卓越品质成为经久不衰的全球畅销车型,在北美市场,月均销量高达3.5万台;在当前油价高涨的形势之下,搭载Honda全新开发的1.8L i-VTEC发动机的CIVIC节油性突出,赢得了消费者的青睐,今年5月以月销量5.3万台的业绩居于北美乘用车市场的第一名。在中国市场,同样表现不俗,以月均7500台的销量居国内中级轿车的前列。

铭君

奇瑞新旗云

河南通美上市

进入第三季度,汽车市场再次因燃油价格的上涨而遭受波及,以往风头无限的汽车市场似乎平静了下来。然而,平静背后是能量的积蓄和爆发。7月1日,奇瑞公司推出首款ACTECO1.5L发动机的新旗云,并在发动机性能、整车排放水平、燃油经济性、行驶动力性以及配置功能等方面都得到了全面升级,可以预见,经济型轿车市场新一轮的比拼即将展开。

借助新旗云上市,河南通美汽车销售服务有限公司7月19日举行“精芯之选,动‘擎’上市”庆典仪式,上市的新旗云不仅填补了奇瑞1.5L排量车型的空白,更是为油价不断攀升而选择放弃轿车的消费者带来福音,凭借油耗超省、动力无限、更高价值三大特点,挑战持续升温的高油价。另外,举行的节油挑战赛吸引现场客户竞相参与,经过激烈角逐,挑战者最终以5.5L/100KM的成绩夺得冠军。

张延昭

车商风采

愈卓绝 愈见奋斗精神

——访东风悦达起亚店河南新裕隆副总经理孙开钢

本报记者 李莉 张磊

走进位于省商贸中心的河南新裕隆5S店展厅,销售顾问笑意盈盈地迎了上来,详细讲解中级家轿赛拉图、充满欧式风情的两厢赛拉图欧风、经济型RIO、城市拓展SUV狮跑以及商务车嘉华,环顾简约、优雅展厅,无处不见时尚、活力、激情洋溢的购车氛围。

创新 创新 继续创新

每次采访孙开钢,他总保持不虚夸、不粉饰的坦诚,即便入行近20年,看尽车市的跌宕起伏,他依然坦言,今年车市的确让自己“很头疼”:市场增速放缓、新车分流严重、消费疲软、利润下滑……困难面前,河南新裕隆选择了积极地行动而不是消极地等待:“市场可以疲软,但营销不能疲软。目前的形势要求经销商必须动脑子,想点子,只有多付出才能有所收获。”

兵无常势,水无常形。面对今年汽车市场的新情况,孙开钢及时调整“以售后服务为重心”思路,采取“销售与售后齐头并进”的策略,抛弃以往求大求全的市场推广方式,每个月甚至每个星期都要找准切入点翻新营销活动,就像超市的促销活动一样,保持营销的新颖度。

“辉煌8年,感恩巨献”、“夏季送清凉”、“真诚关爱社区行”……上半年,河南新裕隆连续举办了系列针对性营销活动,赢得了新老用户的普遍赞誉。6月20日油价上调之后,河南新裕隆率先启动了“油价涨多少,我们补多少”的营销活动,这一“燃油补贴”的营销策略迅速被其他经销商所“复制”,成为增强消费者购车信心的有力武器。

在孙开钢看来,对于汽车经销商来讲,目前的困难只是一个开始,“从今年起,汽车经销商之间的弱肉强食式的兼并、淘汰将逐渐拉开序幕,考验经销商营销能力的关键时刻

就要到了。”

细节 细节 还是细节

每一位到河南新裕隆售后服务站修车的客户,取车时都会有眼前一亮的感觉:不仅车身焕然一新,就连洗车时最易被忽略的轮毂也被擦得明光闪亮,甚至引擎盖下的零部件也经过了技师们细心地清理。

从售前及售后的“微笑服务总动员”,到购买充氮充气,为前来维修保养的客户免费充氮气;从提高员工的工作满意度,到想客户所想、做客户所需,河南新裕隆在努力把“精细化管理、精细化服务”的理念贯彻到极致。

《孙子兵法》有言:“上下同欲者胜。”即便面临着利润下滑的压力,河南新裕隆依然为员工提供了良好的发展空间,采取上调工资标准、提高业绩提成等方式,增强内部员工的稳定性,提高员工的满意度进而使他们以积极、愉悦的心态面对客户。

“在价格竞争同质化的情况下,销售人员一个温暖的笑容、一句贴心的问候乃至一个不经意的动作,都可能成为消费者是决定买车还是转身走人的决定因素,我们的要求是‘只要消费者带钱过来看车,就一定要把他留住’。”

随着新乡、商丘等地东风悦达起亚4S店相继开业,河南新裕隆来自郑州以北地区的客户分流严重,孙开钢告诉记者:“我们的优势是过硬的技术和庞大的客户保有量,从统计数据来看,通过老客户介绍到公司购车的客户比例达到了60%。”这一数据让河南新裕隆找到了努力的方向:从公司2100多位稳定的保有客户着手,练好内功、做好服务,使客户满意度作为做好服务的营销手段。

考验刚刚开始,攀登也刚刚开始。在孙开钢办公室的墙壁上,一幅“愈卓绝,愈见奋斗精神”贴画,无声传递着孙开钢及旗下团队坚定的信念和决心。

TOYOTA 广汽TOYOTA | 品质感动世界

为您成就卓越

CAMRY 凯美瑞

CAMRY凯美瑞所至 境界所在

- 平坦化后座地台设计 造就阔绰后座空间
- 人体工程学座椅设计 享受无尽舒适
- 静谧性车内空间 静享品质之美
- 超大储物空间 容纳广博兴致
- T字型中控台 布局人性智慧

共庆2周年30万台 是销售奇迹 更是品质真相

为感谢两年多以来各界朋友对凯美瑞及富达诚诚的关心和帮助,特推出以下回馈计划:

1. 从即日起在广汽丰田富达航海路店,每周推出一款特价车;
2. 从即日起到广汽丰田富达航海路店看车即可参加“千元油卡”抽奖;
3. 从即日起到广汽丰田富达航海路店购车可享受优惠,详情请咨询店内工作人员;
4. 此活动截止日期2008年8月31日。

体验更多领先品质,敬请亲临广汽丰田富达航海路店

广汽丰田富达航海路店

公司地址:郑州市航海中路与兴华南街交汇处(富达汽车广场)
销售热线:0371-68822288
政府采购热线:0371-68822299
售后服务热线:0371-68822266
24小时救援热线:0371-68989120
网址:www.fudatoyota.com.cn



TOYOTA
车到山前必有路 有路必有丰田车

广州丰田汽车有限公司 CAMRY凯美瑞产品专属网站 www.camrychina.com.cn
顾客服务中心:800-8308888 (免费热线) 400-8308888 (可用手机拨打,只需付市话服务费)

标新立异·致取第一

长达15000公里的保养间隔,节省的何止是金钱……

本月促销活动进行中, (7月22日-7月31日) 在裕华玖锐购东风标致, 您将获得:

1. 更长的保养间隔——我们用免费保养来延长;
2. 更高的性价比——我们有丰富的价格优惠组合保证您满意;
3. 更省的养车费用——我们为您提供专业系统的保险、售后等服务, 节省您的使用费用;
4. 更多的客户关爱——两厢307定向试驾活动即将开始, 参加即有奖品赠送, 优胜者更有超值大礼。

详情请致电: 0371-66535355

河南省裕华玖锐汽车贸易有限公司

销售热线: 0371-66535355 24小时救援电话: 0371-66535358
地址: 郑州市郑汴路116号中博汽车广场(家电城对面)