

凯美瑞 拔得 CCTV 年度汽车头筹



据广汽丰田骏驰店了解,“2006CCTV 中国年度汽车评选”于2007年1月21日隆重揭晓,广州丰田CAMRY 凯美瑞轿车不负众望,一举夺得“2006CCTV 中国年度汽车”大奖,这是本评选活动最高殊荣。 吴韬

裕华金阳光 邀书法家为客户挥毫

春节将至,为了给客户送去最真诚的祝福,金阳光特意请来了省内的知名书法家,为现代客户挥毫贺春,得到了客户的好评,红红的对联挂满展厅,大师、书童、围观者,意趣盎然;文房四宝、干练的笔锋、新年

音乐,浑然一体。整个公司到处洋溢着一种中国传统节日喜庆气氛。

一位客户表示,他非常喜欢中国博大精深的书法艺术,没想到一家汽车经销商能够如此注重自身的企业文化。 吴韬

豫中丰田 荣登一汽丰田 2006 年度三甲

1月18日,郑州豫中丰田陈柏祥总经理登上了一汽丰田全国综合评比优秀经销商前三甲的领奖台。郑州豫中从1992年至今,在历经15年的丰田配件及汽车销售经营过程中,快速

发展证明豫中企业的实力。

在这次综合评比中,郑州豫中丰田无论是从销售、服务和CS方面都有跨越性进步,以崭新的姿态屹立于全国200多家一汽丰田经销商的前三甲。 屈彦飞

长安送优惠 19800 汽车开回家

2007年新春来临,长安汽车推出“19800长安汽车开回家”优惠活动。长安汽车郑州直销店经理朱勇介绍说:“活动期间,长安公司将部分车型采取限量让利酬宾的形式,最高优惠幅度达3000元。凡

是在此期间购买长安汽车的用户,还能享受“两年十万公里的特别保修”。这是长安汽车在整个微型车行业提出的最高品质承诺。尽可让用户买的开心,用的放心,不用烦心,享受三“心”服务。 涂云坤

周末看车团再创佳绩

□晚报记者 陈娟

2月10日,《郑州晚报》周末看车团新年快车号顺利启程,在河南宇缘汽车销售服务有限公司以及裕华福安汽车销售服务有限公司,近50位消费者一同领略了家轿新典范比亚迪F3和车市小精灵长安奔奔的不凡魅力。据统计,在当日的看车

团中,比亚迪成交3台,奔奔成交6台,还有不少消费者留下了购车的订单。

本次看车团分为西、北两条路线,上午9点半,看车团抵达位于中原西路的河南宇缘汽车销售服务有限公司。销售人员带领他们领取相关资料及礼品。随后,为他们进行了详细的讲解。

与此同时,看车团的另

一条专线也抵达裕华福安汽车销售服务有限公司,在这里销售人员一样给予消费者热情的接待,当消费者提出想亲身感受一下长安奔奔的特性时,销售人员马上组织车辆为大家安排专门的试乘试驾。消费者刘女士告诉记者:“这样购车多了志同道合的朋友做参谋。”

上午11点半,消费者

准备出手购车,大家三五成群地围着销售人员讨论团购价格。两家公司分别给出了市场最低的团购价格,当销售部经理宣布价格时,团购现场沸腾了。在河南宇缘汽车公司,卢女士当即提车,成为当日第一位成交的客户。其他的消费者也都在销售代表的帮助下,办了定车的手续。

数字凯旋 见证市场成功

1月21日,“2006CCTV 中国年度汽车”评选结果发布。东风雪铁龙凯旋在入围的30多个车型品牌中,凭借科技创新优势,一举拿下“2006CCTV 中国年度最佳创新技术汽车”大奖。



两个第一:第一款在中国首发的全新创造的“世界车”;东风雪铁龙第一款中高端轿车。

一个突破:进入公务车领域,填补了东风雪铁龙在公务车市场上的空白。

五大创新:东风雪铁龙

凯旋在同级别车型中创造了五大创新优势,随动转向双氙气大灯、博世8.0 ESP电子稳定程序、中央固定集控方向盘、全中文行车电脑、四安全气囊加贯通前后的双侧安全气囊。

十四大奖项,获得2006

中国(年度)汽车总评榜“年度最佳公务车”(轿车类)、2006CCTV 中国年度创新技术轿车大奖等十四项大奖。

两万销量:凯旋上市仅一年的时间,便成功销售2万台,成为东风雪铁龙的领军车型。

东风雪铁龙凯旋的种种荣誉,是中国消费者渴望享受世界领先科技汽车产品需求的充分展现,更是东风雪铁龙经历战略转折调整后的再度爆发。

2006年东风雪铁龙战果累累,不仅东风雪铁龙凯旋、C2收获了诸多的奖项荣誉,东风雪铁龙的销售业绩也得以全面提升。

刘剑

【车界人物】

车市理性竞争刚刚开始

访河南天时捷汽车销售服务有限公司董事长刘健

□晚报记者 陈娟

“竞争”,对于汽车界的每一位亲历者而言都是感触最为深刻的一个词语,自2002年开始,中国汽车市场驶入了发展的快车道,让“激烈竞争”成为汽车人的一种常态。但有人说,2007年才是汽车市场真正竞争的开始。这个人就是河南天时捷汽车销售服务有限公司董事长刘健。

2007年是一个分水岭

“从近几年汽车市场发展的情况来看,2007年汽车行业势必有一个整体性的提升。”刘健告诉记者,通过近几年汽车有形市场的充分整合,完成了起步、发展、洗牌几个过程。通过这几个过程,让充分庞大起来的汽车市场进行了有效的净化,而通过市场洗礼,生存下来的汽车经销商们,综合实力大大加强,整个行业的含金量有了质的提升。可以说,2007年是汽车行业的一道分水岭,从这一刻起车市的竞争不再是以往单纯依靠价格大战发起的竞争,而是上升到营销策略、经营理念、网络建设、品



牌塑造等几个方面的综合实力的较量。

凸显服务营销的重要性

“在企业的综合实力表现中,又以服务为竞争的关键所在。”刘健说。随着中国汽车市场的快速增长,国内消费者的消费心态日趋成熟,对汽车产品的关注点,也逐渐从单一的购买成本向使用成本转移。作为营销的重要组成部分,服务营销的重要性凸显。其核心理念就是通过提供便捷、优质的售后服务,提高顾客满意度和顾客忠诚度。而我们在售后服务方面,是我们的服务能很自然地让客户感

受到,不是那种很做作的服务,我经常对员工说,一杯水,一个微笑就能改变客户对我们公司的看法。所以2007年,公司还会把售后服务作为工作的重中之重。

“此外,强化服务品质还有另外一个原因,就是差异化竞争的需要。面对车型同质化趋势,服务逐渐成为构建品牌差异化的关键要素。通过售后服务,使用户获得省心省力的售后维修体验;而通过发挥经销商的创造性和能动性,推行差异化、有形化与规范化的服务营销新手法和新尝试,而这也是企业打造差异化竞争优势的新途径。”刘健如是说。

海马汽车

福美来2代 品质铸就荣耀

连续三个月销量突破10000台

最佳性价比汽车

最新自主创新奖

荣获多项国际大奖

福美来2代 品质铸就荣耀

普利马迎新乐购节快乐进行中,惊喜特惠10000元,乐购价11.86万元起。

河南天时捷汽车销售服务有限公司 郑州市中原西路140号

销售:0371-67665888 售后:0371-67611777 (中原路与西环路交叉口西300米)

郑州中博支店:0371-66530606 开封万宝支店:0378-3887888 平顶山富瑞源支店:0375-4883369