千人试驾节 综合篇1

影响力度大 宣传效果好

试驾节让消费者得实惠

□晚报记者 陈 娴
实习生 龚一鸣/文
见习记者 赵 楠/图

5月26日，第二届千人试驾节终于完美落幕了，赚了个盆满钵满的众车商难抑激动心情，纷纷盛赞本届车展：影响大，效果好，不仅卖了车，还取得了良好的品牌宣传效果。在本次活动中，为了让消费者能通过本次活动得到更多实惠，本次试驾节上各商家纷纷打出了大幅优惠的促销大旗，不少热点车型比平时的价额优惠5000元以上，300多位消费者纷纷出手选购爱车，并顺利成为晚报俱乐部会员。

裕华福安汽车销售服务有限公司

“参加试驾节活动让更多的消费者认识奔奔，了解奔奔。”该公司销售人员告诉记者，作为紧凑车型的新秀，真正了解长安奔奔的人并不多，参加试驾节活动，让不少消费者有了认识奔奔的机会，而且通过试驾不少消费者都喜欢上了奔奔，特别是一位女士在活动结束后就跟随工作人员一起回公司提车。

河南丰之元汽车销售服务有限公司

市场部经理刘营告诉记者：“参与人群起点高是这次活动最为显著的特点，奥迪A6、A4都是30万以上的车型，以往参展更多的是被当作展示车，而本次活动中有不少私营业主前来咨询这两款车。”

裕华奥捷汽车销售有限公司

该公司销售经理表示：“这样贴近消费者的活动非常好，省去了消费者选购同档次车型的时间，而且试驾节可以让更多的消费者真切地感受汽车性能的同时，也可以真切地感受到商家的服务水平，从而更好地选择。”

郑州新港源汽车服务有限公司

“试驾这个点子选得非常好，对于大多数消费者而言买车并不专业，选择什么车大多数的理由来源于广告，而本次试驾节极好地迎合了消费者想要亲身体验爱车的需求，现场成交率高也就成为自然而然的事情。”该公司销售部经理如是说。

河南东升汽车销售服务有限公司

总经理冯振宏告诉记者：“活动的成功在于试驾节抓住了消费者的购车心理，从买车人的实际需求出发，而参展商家的优惠促销政策又为刺激消费起到了推波助澜的作用。真正发挥了媒体桥梁的作用。”

郑州裕华丰田汽车销售服务有限公司

市场部经理锁建勋表示：“去年第一届千人试驾节我们就是受益者，得知第二届试驾节即将举行的时候，我们当即决定参加。因为有第一次成功举办的经验，第二届试驾节一定会收到更好的效果，事实证明我们的判断没错，第三届试驾节我们还要参加。”

国际汽车服务有限公司

销售部经理郝辰翔告诉记者：“本次试驾节上国际汽车参展的甲克虫成为了现场当之无愧的明星车，近百位消费者争先恐后地进行试驾。对于德国大众这样的国际知名品牌，通过试驾活动拉近与消费者的距离，这是商家最为看中的。”

河南广发汽车销售服务有限公司

该公司销售人员告诉记者：“这次活动举办得非常成功，仅一天的时间我们就签订了好几份订车单，还汇集了不少潜在客户的详细资料，这为公司进一步拉升销售业绩有很大帮助。”