



黄金周购车最佳去处

□晚报记者 陈娟

上海大众:郑州新兴

上海大众郑州新兴作为中原车市最早的汽车4S店之一,经过多年不懈努力闯出了一条独有的品牌之路。上海大众从去年开始,已经连续超过30%的销售增幅,市场占有率也从8.3%上升到了9%。今年1-7月,上海大众以25.6万辆的成绩在轿车企业销量中位居第二,从这个角度讲,上海大众

重新赢得了百姓大众的喜爱与信赖。

郑州新兴汽车销售有限公司创建于1993年,是上海大众汽车特许经销商,经销上海大众(普桑、桑塔纳3000、POLO劲情、劲取、PASSAT领驭、途安、高尔)系列品牌轿车,是集“整车销售、整车维修、配件供应、信息反馈”于一体的现代化

企业。

郑州新兴在市场探索中提出“三重用心”,开创了汽车品牌服务的全新理念。据负责人讲解,其一是主动心,追求主动式服务,从客户踏入公司展厅的那一刻起,专业人员随时热情待命,以顾客为本洞察每一处细节需求;其二是可靠心,可靠是最核心的服务标准,也是大众

关爱专业服务的出发点,追求更卓越的专业技术,引进更可靠先进的专业设备,专业快速的保养维修是顾客信任的来源;其三是细致心,无微不至的全方位服务,为每一位上海大众用户提供购车前后的全程顾问咨询,全方位的维修保养及技术支持。正是这三重用心,为他们培养了大批忠实客户。

一汽马自达:裕华紫光

作为中原地区最大规模的马自达销售服务旗舰店,河南裕华紫光汽车销售有限公司按照高品质、高标准、国际化的要求进行建设与管理,为客户提供整车销售、零配件供应、汽车维修和信

息反馈等全方位服务。

裕华紫光成立于2003年,占地近10亩,总体设计风格严格按照一汽轿车马自达专卖店的统一基础建设标准和形象标准,采用前销售展厅,后维修车间4S店的形式,同时其管理模式执行一汽的标

准化服务和信息传递网络化。

裕华紫光严格按照马自达品牌服务理念及一汽轿车公司“全心管家式”服务标准,真正为用户提供“用心让您更安心”的全面服务,“以客户为中心”的服务理念以及“全心投入,争创一流”的企业精

神,不断追求,不断创新的执著,迅速赢得了客户的认可和赞许,并取得了一系列骄人的成绩:2005年上半年获一汽马自达“中南区销量第一名”、“销售满意度全国五强”;2005年11月,服务满意度获得了“中南区第一名”等荣誉。

一汽马自达:河南弘通

河南弘通汽车销售服务有限公司是一汽轿车Mazda6授权河南地区首家4S销售服务店,地处原107国道北段,自2003年4月与马自达6全国上市同步开业以来就飞速发展。河南弘通公司严格按

照一汽的各项标准,实行规范化标准化管理,公司员工分别经过了一汽轿车不同层次的专业化培训,有效保证了各项规章制度的落实。公司采用顾问式、订单式销售,真正为每一位顾客提供“以人为本”的服务。公司

服务站拥有烤漆房、WDS四轮定位仪、车身校正仪等国际先进设备,维修工位18个,技术精湛,实力雄厚。

短短几年,河南弘通在中原车市树立了良好的企业形象,并荣获多项令人羡慕的成绩:2004年度一汽集

团全国“最佳优秀经销商”、“最佳营销员”,一汽轿车全国“优秀销售服务店”、“最佳服务现场管理奖”;荣获2005年度一汽马自达“品牌宣传贡献奖”三等奖;2005年全年中南五省销量第一。



东风雪铁龙 9月销量猛增

9月份开始,东风雪铁龙各个车型的销售也越来越旺,在刚刚结束的郑东新区车展期间,东风雪铁龙周末单日的成交数量达到了48辆,凯旋、爱丽舍、C2、富康等都成为很受郑州市民青睐的车型。

在目前2.0排量的各个车型中,按客观的产品配置价格比进行分析,能和凯旋进行对比的车型极少。尤其达到国际最高等级安全碰撞标准的车身设计、中央集控式方向盘、电子稳定系统ESP、全中文显示屏以及随动转向氙气大灯等技术和装备的采用,已经改变了这一级别车辆的标准,在14万-18万价格的各个车型中,凯旋是最有竞争力的2.0排量车型之一,并且以15%以上的增长速度排名2.0L市场销量的前三甲。

进入9月份,东风雪铁龙凯旋成为雪铁龙引以为豪的佼佼者,销售增长明显,特别是在目前的优惠中,凯旋价格优势明显,其中的精英型凯旋优惠价格在各4S店已在14.5万以下,比较原定市场价格下浮近2万元,引起准购车者的关注。

屈彦飞

北京现代 J.D. Power 售后服务满意度创新高



近日,全球最权威的专业消费者调研机构J.D. Power发布了2007年中国售后服务满意度调研(CSI)报告。与去年相比,北京现代汽车有限公司售后服务水平继续得到改善,得分增长10分,为821分,再次超越一汽丰田、上海大众、一汽大众、东风本田等知名品牌,居行业第四。在本次的调查中,行业平均水平较上年提升了5分,首次突破800分大关,是在该机构启动售后服务满意度调研6年以来获得的最高分。北京现代已经连续3年实现两位数的增长,成为增长最快的企业之一。

美国权威市场调查机构J.D. Power是全球知名的消费者调查专业机构,它的调查基于消费者的反馈,排

名完全反映消费者意见。自2001年,J.D. Power在中国等亚太区市场开展售后服务满意度年度调研,以衡量顾客在购车12-18个月后,对经销商提供的保养和维修服务的满意度。该项调研基本上包括了所有在中国销售新乘用车的制造商。调查中,顾客整体满意度是根据经销商的表现来衡量的,主要分为七个方面,分别是:问题经历、使用者便利的服务、服务后交车、服务质量、服务在场经历、服务顾问以及服务启动。售后服务满意度指数的总分是1000分,分数越高,表明顾客对授权经销商的保养和维修服务越满意。今年的售后服务满意度调研报告主要基于8196位新车购买者的评价,他们的购车时间是

从2005年8月至2006年5月。实地调查的时间是从2007年2月至5月,调查地点涉及22个城市。

J.D. Power调研报告显示,日益增加的顾客期望值大大抵消了汽车制造商和

经销商在改善服务表现方面所付出的巨大努力。显然,北京现代已经提前意识到了这一点。为了做好用户服务工作,北京现代继续推行“硬件、软件两手抓,两手都要硬”的政策。目前,北京现代已经拥有350家4S店和130家特约服务站,他们为每一个北京现代的用户提供了有力的服务保障。软件方面,北京现代启动了第二届售后服务顾问技能大赛,主要面向北京现代的新建店及售后服务站展开。北京现代欲借本届技能大赛考核并增强各服务站、新建4S店的售后服务



规范性,提高用户满意度,同时为各服务网点提供一个相互学习的机会。针对用户的具体需求,北京现代始终坚持“真心伴全程”的售后服务政策,在让客户都能享受到高质量售后服务的

同时,兼顾了客户服务的多样性和特殊性,想车主之所想,让车主真正舒心省心称心,把用户当作终身客户来服务。相信只有如此,汽车厂商才能真正赢得消费者的心。屈彦飞

