

郑州海马:从汽车销售到商业模本

十年锦绣又一程

郑州海马于2002年在郑花路上建立了河南第一家海马自达统一标准的4S店,并且也是海马自达首批的16家4S店之一。在经历了战略化的经营布局之后,郑州海马率先提出了由“经营品牌”到“品牌经营”的改变:即由以前单独经营海马自达车型品牌转向郑州海马自身的品牌建设的经营,并推出经销商“诚信指数”,为看车、选车、买车提供了客户参考的量化依据,在河南乃至全国的“诚信企业”建设这一社会化系统工程中,郑州海马创新地导入了汽车流通界具有中国特色的CRM客户管理服务理念。

2004年车市的不稳定和郑州海马的迁店使得郑州海马的销售和利润双双大幅度下降,但毕竟作为有着深厚基础的老牌企业,郑州海马在下半年就开始了经营上的调整和市场布局的重新规划,2005年的汽车市场回暖让郑州海马也开始再次进入了二次发展期。伴随着海马汽车在河南的热销,郑州海马开始将服务作为市场竞争的主力手段,并加大了售后店的投资力度。从店铺设计、装修指导、店铺经营、货品摆放到员工培训一系列的工作,郑州海马为顾客提供更加专业化和规范化的汽车服务。2006年,郑州海马首先在媒体上开办了郑州海马·服务讲堂,为客户提供更加明晰化的服务。2007年,伴随着海马汽车产销突破13万,同比增长60%的业绩,郑州海马的销售也有了极大的增长。

回望十年,郑州海马董事长黄立新在庆典上说,有了来自海马汽车、媒体、团队、社会等各方面的支持,郑州海马才得以十年发展,所以将这次庆典主题定为“十年,感动成长”,并将在庆典期间,推出了一系列感恩回馈活动,回报大家。



7月16日,位于郑花路与开元路交叉口河南汽车贸易中心院内的郑州海马汽车销售服务有限公司隆重地举办了以“十年,感动成长”为主题的郑州海马十年庆典。

从1998年郑州海马成立到2000年全国公务用车市场前三;2002年全国首批的十六家之一河南首家海马自达统一标准4S店;2003年销售突破1亿;2004年的调整迁至河南汽车贸易中心;2005年用户突破20000名;2007首建新乡、平顶山、商丘4S直营店等地市网络的完善,2008年上半年72%的高增长率,郑州海马经过10年的发展已经成为河南汽车业的一个典型商业模本。 晚报记者 陈栋

风雨无阻崛起路

1998年,一汽海南汽车销售有限公司成立,不久后,郑州市北环汽车交易中心院内开始出现了河南省第一家海马自达展厅。这个展厅的创办人,就是郑州海马的总经理黄立新。

任何公司都要经历生存、赢利、发展的必要阶段,黄立新的创业之路也不例外。在进行了认真的思索之后,他做出了这样的决定:从河南消费者的载货需求以及马自达车系的全球知名度,再加上小规模、小区域的试乘试驾活动,地市网点开发力度的增加……随着这些决策的实

施,郑州海马的销售开始了大幅度的上升,海马自达的产品形象也开始在河南进行了大面积的传送。自此,黄立新也开始从以前的战略规划高度深入了销售最前沿,从汽车工业层面的了解转向了消费心理的深入分析,从展厅销售、网点布建和大客户开发上开始积累了本土化的经验与心得。

时间过得飞快,转眼到了1999年4月,郑州海马在经过了一年的艰苦努力下已经在河南的车市打下了坚实的基础。市场是最好的老师,通过对汽车市场的不断深入和对消费者的不断了解,郑州海马的整体在1999年也发生了相应的改变,各个部门的完善

使得郑州海马在整个汽车市场的运营当中形成了一条完备的系统链。到了2000年,海马CA7130小轿车上市,产品线的延伸极大地丰富了郑州海马的销售渠道和盈利面。为了把握这次机会,郑州海马专门召开海马自达2000年河南品牌营销论坛暨新品上市会。在会上,黄立新把2000年的河南汽车市场走势做了深入的分析,同时将海马自达的新品作了完整的剖析与市场结合。会后,郑州海马开始了地毯式的市场搜索与开发,并采用多种形式提高海马自达自身车系的知名度与美誉度,以期达到品牌共振的效应。

长城嘉誉 中国首款 Cross-MPV

Cross,英文本义指交叉、混合的意思,在汽车领域,它特指综合多种车型特点的跨界车型。

最近上市的长城嘉誉MPV率先在国内采用Cross理念设计,融合了多种车的特性,集商务MPV的实用、家用MPV的经济性、轿车的舒适于一体。它直击传统MPV配置简单、舒适性不足、车体大、使用成本高的缺陷,推动了MPV升级换代的革命。



呈现驾乘新体验

体现高档、驾乘舒适、使用成本低,是长城嘉誉最主要的特点。

高档,主要体现在这款车的外观设计和全面的豪华配置。嘉誉配置了豪华MPV才有的一些高档装备,DVD、蓝牙控制系统、智能双天窗、USB和卡拉OK影音娱乐系统、GPS卫星导航、钥匙忘拔提示、车灯未关报警等,可谓一应俱全。普通车型上都配有博世8.1版本ABS+EBD、西门子系统安全气囊。尤其是它驾驶舱内的横贯式中置仪表盘,中置档台与中控台一体化设计,为国内首创,处处充满了高雅气息,与低端MPV有明显区别。

驾乘舒适感,达到高级轿车的水平,是嘉誉Cross-MPV的另一个优势。嘉誉采用高级轿车底盘,与GL8的悬架结构相似,在舒适性方面保证了高速稳定性和舒畅的驾乘感觉,大大优于采用后四连杆整体桥式非独立悬架的同款车型。而国际流行的中置仪表、档台和高车身设计,非常方便读取数据和操控驾驶。侧滑中门设计使上下车方便。

彰显节油新时尚

在高油价时代,嘉誉Cross-MPV的经济性和使用成本优势更加明显。大型MPV需要匹配大排量发动机,导致油耗增高。嘉誉充分考虑到消费者既追求强劲动力,又希望经济节油的需求,采用大小适中的设计,本身就可以减少车体自重,大幅降低使用成本。加上唯一采用2.0L智能可变气门的最新技术发动机,最大功率105kW,用普通发动机1.8L的油耗输出普通2.0L发动机的功率,百公里实际油耗仅9升左右,是同级中最省油的MPV。

据悉,自长城嘉誉上市以来,受到了驻华外企、港澳台商、合资企业的广泛关注。并曾获得2007“CCTV中国经济年度人物评选指定用车”、“十大商会推荐用车”,通过了“海湾六国”GCC认证,已开始出口国际市场。近日,嘉誉Cross-MPV又被选为“全国奥运媒体联盟奥运会采访专用车”,获得由国家环保总局颁发的《中国环境标志产品认证》,成为首家通过认证的自主品牌。

一汽轿车“金钥匙”管家式服务总决赛启动

7月15日,一汽奔腾“金钥匙”管家式服务全国总决赛在河南豫港华信一汽奔腾河南唯一五星级旗舰店隆重举行。“金钥匙”服务起源与欧洲,是酒店行业为顾客提供最贴心服务的个性化服务品牌,是服务领域人人皆知的最高境界,一汽轿车首次在轿车服务领域植入“金钥匙”服务的理念,体现了一汽轿车不断追求完美的信念。

为了进一步提升管家式服务理念,提升服务品质,一汽轿车即将在7-8月间举办“金钥匙”管家式服务大赛区域决赛。区域总

决赛分4站进行,分别为:郑州站、杭州站、广州站、长春站。决赛分为服务顾问组和维修技师组进行。服务顾问组进行实际操作和现场问答两阶段竞赛,维修技师组进行实际操作测试,采取由专业裁判和现场到店客户裁判打分的方式进行评判。

本活动期间店内还将举行购车特惠活动:1特惠车5台,最高优惠超2万元;2购车获赠2年免费保养服务;3、奔腾老用户介绍新客户成功购买奔腾轿车获赠千元维修基金。

卢雪春 刘瑞红

不用油耗换空间 浪迪给你大空间低油耗

6月20日,汽油突然升价近两成,不少近期打算购车的消费者在车型选择上有了犹豫。想要同时兼顾大空间和低油耗的消费者,不妨把目光投向微型MPV。

方形浪迪,虽然车身长度不过3.85米,宽度不过1.51米,内部可利用空间宽大,后两排座椅完全可以保证三个标准身材的成年男子并排乘坐。其次,从外表看颇为“高挑”的浪迪,内部有效高度达1.3米。3排座椅、8个座位,可以很方便地将它们调整到最适合的位置。而且,座椅的10种不同折叠组合形式还可以营造出储物空间。

然而与“微型MPV之王”相适应的,则是LANDY浪迪通过装载“既有动力,又省油”的K14B发动机和新开发的悬架系统,发挥出的大功率、低油耗、轻量化、紧凑性、低噪音等优势。在消费者普遍关注的“低油耗”上,其手动挡(SMT)的油耗为4.7L/100km(50km/h等速)、自动挡(4AT)的油耗仅为5.8L/100km(50km/h等速)。

另外,它不仅是国内排气量2.0L以下MPV中一款具备全时四驱的车型,还首次在小型MPV上配备了4速自动变速箱、智能电动转向、电动门窗、电动后视镜等舒适配置。 朱文龙

福特精彩点燃火热七月

近日,福特2008“活得精彩 精彩中国”大型全国活动第一轮评选活动已经结束,经过专家评选,42个涵盖“职业精彩”、“家庭精彩”和“运动精彩”的精彩故事晋级本次活动的复赛。这42名选手将参与42进6的第二轮评选。本次活动的精彩大奖也将在这42名选手中产生。

本次活动开展以来,得到了广大消费者的积极参与。截至6月30日,本次活动官方网站www.excitechina.com.cn的点击率已突破6000万人,截至7月9日精彩故事征集结束,组委会共收到有效精彩故事数千份。经过专家评

审团的初审,组委会于7月14日正式评选出涵盖“职业精彩”、“家庭精彩”、“运动精彩”三个方面的车主类和非车主类精彩故事各21份。这42位精彩故事的主人将获得长安福特珍藏版福克斯赛车、蒙迪欧-致胜和S-MAX精美车模一套。在接下来的近一个月时间里,这42份精彩故事将通过网友投票选出最终入围决赛圈的6篇精彩故事。而最终的决选将在8月23日至9月15日期间由网友投票决定,获得票数最多的车主和非车主类选手将分别获得本次活动的“最佳精彩故事”大奖:1辆新款福特福克斯和1辆福特新嘉年华。 蔡胜文