



独树一帜的生存之道

——写在奇瑞汽车城发展一周年之际

2007年5月,位于郑州市西环路化工路交叉口向北1000米路东一块面积50余亩的土地上,一座现在看来规模宏大的单品牌汽车4S店集群在这里悄然建设;时隔半年,中植“西成正果”,奇瑞汽车城顺利竣工并投入运营。“这么大的摊子就卖一个单品,能维持几天?”“肯定入不敷出,过不了几天就会歇菜!”开业之初,外界的一系列猜想让中植人寒心的同时也变得更加理性,到底该怎么做才能保持有力的竞争优势,让企业立于不败之地呢?近一年来,依靠丰富的产品系列、灵活的价格机制、完善的服务体系以及众多的销售网点,河南中植不仅取得了年销7000余台的佳绩,更闯出了汽车城独树一帜的生存之道。

姚旭阳



2007年11月18日奇瑞汽车城开业盛况

四年坎坷路,铿锵壮志行

“回望中植的四年,可谓自主品牌奇瑞汽车在河南成长发展的一个缩影。”说起中植奇瑞的往事,河南中植总经理段永岗兴致勃勃,“2003年,汽车销售市场井喷,河南中植经过多方考察选中做民族自主品牌奇瑞汽车,并从那一刻起,决定自始自终只做‘中系车’。我们从选址建店到开业,仅仅用了3个多月的时间,创造了奇瑞全国之最。谁知开业后便遭遇‘寒流’,整个车市一头扎进谷底,加上当时奇瑞产品型号少,销量上不去,给人的感觉就是找不到出路。然而凡事都要靠坚持,都要靠思变,也正是最初那十几个人的努力,才为中植后来的发展打下了坚实的基础,也奠定了中植企业敢拼敢打的竞争精神。”

现在说起中植,河南汽车界可谓无人不知、无人不晓。2004年开业至今,短短的4年时间销售奇瑞整车21000多台,店面从中原路上的一家也发展到北环中润4S店、西环奇瑞汽车城等多处,员工队伍扩大至四年前的20倍。“这四年不容易,车市冷热不由己,作为自主品牌还要受到进口与合资品牌产品的围堵夹击,一路上坎坷不断;但中植始终没有违背企业初衷,那就是‘为用户提供更好的产品,为员工打造实现自我价值的平台,为社会创造财富’,也正是有社会各界的关怀与帮助,有众多用户的信赖与支持,才使中植人胸怀壮志铿锵前行,一步步走到现在!”



奇瑞汽车城,中植新起点

早在2006年底,河南中植的领军者董事长卢义峰便以他敏锐的商业嗅觉捕捉到奇瑞的发展趋向,未来奇瑞产品肯定会越来越多,单一的4S店面不仅满足不了消费者一站式购车需要,更无法为消费者提供惬意、舒适的购车环境。2007年初,恰逢奇瑞“纵横中国”战略出台,卢义峰抓住契机,拿下西环一处50余亩的土地,在原有展厅的基础上进行升级改造,5月份开始动工,11月初,一座现代、气派的奇瑞汽车城便伫立在人们眼前。中植奇瑞汽车城已建成使用,面积3万余平方米,由四个大型的展览展示馆组合而成,承担着奇瑞全系列车型的展览展示及销售工作,可为广大消费者提供体验式购车服务;展馆后方开设3个大型售后服务站,设备齐全,技术力量雄厚,堪称郑州乃至全省规模最大的奇瑞售后服务站。

“在汽车城建设之前,河南中植历经三年图治,已建立了一整套完善的销售、服务管理体系,不仅在销量上取得了恢宏业绩,在企业文化建设和社会回馈方面也取得了一定的建树。中植奇瑞汽车城的落成,完善了奇瑞‘纵横中国’销售战略布局中的关

键一环,也标志着中植事业站在了一个新的起点,朝着更高的目标发展。”河南中植董事长卢义峰对汽车城的开业如是说,“当然,外界很多人在看到中植投入巨资搞这个汽车城都感到惊讶。‘这要多长时间才能收回成本?’‘这么大的规模靠一个单品能撑多久?’等等问话我听得太多,而我所关注的不在这些,如何能为用户提供更到位、更快捷、更便利的服务是企业要考虑的首要问题。中植现在所建立的店面格局就是‘标准4S店+大卖场+汽车城’,目标明确的购车者直奔4S店省去了舟车劳顿;货比三家的购车者也能在大卖场对产品评头论足;在车型选择上举棋不定的消费者尽可在汽车城里尽情体验奇瑞全系车型,便利之处不言而喻!”

的确,如果说单单是多开了几家店面,营销模式并没有多大的改变;而中植奇瑞“标准4S店+大卖场+汽车城”的营销格局是对传统汽车销售模式的一种颠覆,已成为中原车市不可复制的典范,尤其是汽车城无与伦比的“体验式服务”,更是将中植的营销理念与消费者拉近了距离。

一年勤耕耘,服务上台阶

有人说,硬件并非汽车4S店的“通天塔”。的确,在车市竞争越来越激烈的现今,价格、服务、活动等软件的突出对销售起着至关重要的作用。河南中植起家于前些年闻名郑州的“黑子洗车油器”,十几年与汽车用户打交道的感触让董事长卢义峰深谙营销服务的真谛,“中植的含义就是‘根植中原,服务四方’,企业建立的根基就是为用户服务,只有服务做得好,才能有更多的消费者信赖你、支持你,所以这方面中植人始终是不遗余力!”在汽车城开业庆典上,卢义峰就把目标再一次紧紧地盯在服务上。

“从我买东方之子至今已和中植打了近四

年的交道,可以说每次到中植,他们的服务面貌都会给我一个惊喜!”郑州大学奇瑞车主李先生说道,“尤其是汽车城开业后,我到这里次数很多但不是修车,而是带同事过来买车,宽敞的试驾场地、舒心的环境、热情的接待都给我们留下了深刻的印象。同事们对中植的评价都非常不错,这也让我很欣慰!”与用户交朋友,是中植人倡导的又一贴心服务理念,正如李先生所讲,中植正是在服务上与用户贴心,不断完善和提升服务项目与服务技能,才始终保持着前行优势,受到消费者的信赖和支持。

2008年是奇瑞公司提倡“和谐和顺”的发

产品服务外,价格占先导

都说价格不是问题,关键是把产品和服务做好。产品质量和销售服务无止境,每个企业都在朝着尽善尽美的方向努力;然而事实证明,在同等级产品和服务的基础上,消费者还是倾向于购买价格实惠的产品。中植依托“标准4S店+大卖场+汽车城”的规模优势,大批量储备库存资源,可以从奇瑞厂家拿到一些额外的销售返点,正是有此做保障,中植的车型要比市场上同类产品卖得便宜。

“河南中植从诞生那一天起,就是在价格战的血雨腥风中一步步壮大起来的,打价格战我

们从来不惧任何对手。”谈起中植销量快速攀升的原因,总经理段永岗的情绪又激昂起来,“我们深知,价格战是把双刃剑,往往杀敌一千,自损八百,但让利于消费者永远都不会错。经过这两年的打拼,中植几乎成了低价营销的代名词,本身奇瑞产品就是以性价比制胜,再加上中植人这种为用户着想、以用户需求为准则的低价营销策略,对产品销量的拉动起到了巨大的作用。”

中植奇瑞汽车城庞大的经营规模靠的是低成本运营,只有加快出货量、使有限资本迅速周

转才能保持良好的发展势头。“中植天生具备快捷的市场反应能力,这与我们对市场的把握、对用户购车心理的把握息息相关。以市场为导向,不单单是对产品系列进行结构调整,价格的掌控才是最关键的。汽车城所建立的是规模化收益形式,这就从企业本身决定了单车价格不会高,主要是从量上获效益。”段总分析道,“有价格优势就有市场先机,就能得到消费者的信赖和支持。这也就是中植汽车城开业近一年能卖了用户良好的评价!”

【相关链接】

河南中植奇瑞汽车城坐落在郑州西部国家级经济开发区,地处西环路化工路交会处,环境开阔,人气旺盛,交通便利。该汽车城占地50余亩,已建成使用面积3万余平方米,由四个大型的展览展示馆组合而成,承担着中植奇瑞全系列车型的展览展示及销售工作,可为广大消费者提供奇瑞全系列车型体验式服务;展馆后方开设3个大型售后服务站,设备齐全、技术力量雄厚,堪称郑州乃至全省规模最大的奇瑞售后服务站。

河南中植汽车销售服务有限公司于2004年4月开业,历经三年图治,建立了一整套完善的销售、服务管理体系,拥有一支400余人的专业销售服务团队。4年来,中植不仅取得了销量上的恢宏业绩;在企业文化建设和社会回馈方面也取得了一定的建树。2006年,河南中植被中国工商业联合会汽车行业协会评为“全国五十家汽车经销商”、“全国十佳自主品牌汽车经销商”荣誉称号。