

淡季兵法之攻城

其下攻城,在孙子兵法里面为下等计,只有在迫不得已的情况下才会使用。而用在车市淡季营销策略上,是最传统的营销手段。虽然对销售有一定的效果,但种种劣势暴露无遗。不过,就目前市场而言,价格战仍是汽车市场上经常使用的营销手段之一。

郑州晚报记者 谢宽

注 释 | [其下攻城]攻城之法,为不得已。修橰粮糗,具器械,三月而后成,距闾,又三月而后已。将不胜其忿而蚁附之,杀士三分之一,而城不拔者,此攻之灾也。 “攻城”是把战争推进到了激烈的暴力对抗阶段,“攻城”注定了防御一方凭借坚城可以获得更多优势,一支军队如果与敌方力量相当,那么这样的力量在攻城时就显然不足以取得胜利了。

看谁降幅大,看谁出“血”多

贴身肉搏 拼的全是力和胆

用兵之道:迫不得已,短兵相接,要短期之内见成效

现状:车商为保销量,降价促销频频出招

想必逛过4S店,或者买过车的消费者都会遇到这种情况:大幅促销信息挂满整个4S店,现金优惠再加上赠送装饰等都是销售顾问的口头禅。

据说,都是库存压力惹的祸。为了增加销售,无奈之下,经销商不断降价,汽车价格战也是愈来愈激烈。而且价格动辄就是数万元至十万元的降幅,让消费者目不暇接了。

“现在汽车市场的价格战相当激烈,比

如说某一品牌的SUV,上个月降价的幅度才两万多元,现在降到了四万多元,还有一品牌的豪华车,降价的幅度高达十万元之多。”有汽车专业人士指出。

“但是,不降价,汽车就销售不出去,你平时去车行看到众车行里一片欣欣向荣的情境。其实,有的车型还是倒贴卖出去的,看似风光的表面,其实车商自身已经是千疮百孔。”有车4S店的销售经理无奈地说。



优势:价格见底,实惠消费者

毋庸置疑,价格一降再降,最后高兴的就应该是消费者,能够以最低的价格买到心仪的爱车。

一位消费者曾在买过车说到:“以前买车价格高不说,而且哪有讨价还价的余地,

劣势:鹬蚌相争,两败俱伤

不过,随着千篇一律的“降价”风充斥眼球,消费者开始厌倦价格促销的方式,起初的消费紧张心理,逐渐走向了见怪不怪。一位业内人士这样评价:“刚开始降价促销,却是足够吸引人,不过,当人们发现天天都在降价促销时,就会觉得是一个骗局。所以说,有了第一次降价,就有第二次降价,当人们这种观望的情绪出现,反而会导致消费者

要么你不买,么就是这个价。现在买车,别说寻价了,进店看看,销售顾问们都会摆出优惠的姿态,恨不得拿下这单业务。有的时候,买车真像买白菜。”

就目前来讲,这种营销方式在目前的车

市策略中司空见惯。它的优势简单、有效,就是利用价格杠杆换取直接销售,虽然利润率达不到一种程度,但是薄利多销的策略非常有效。因此,这种方式在很长一段时间被广而用之。

推迟购车的心理。”

近几年,在国内汽车市场价格战的作用下,相继出现了因利润缩水而引起经销商倒闭、因新车销售困难而引起厂家定价基数下降,以及因大幅降价引起品牌口碑受损等现象,这些都对汽车行业产生了很深远的影响。“此外,价格战也让利润增长点本就薄弱的品牌,盈利情况被进一步削减,长此以往,品牌的

发展就会陷入‘恶性循环’。”业内人士分析。

对此,专家认为,目前整个汽车行业都偏向对销量的过分追求,其实汽车市场目前的销量基数已经很大,因此厂家应当从品牌长远发展的角度出发,在国内整体汽车市场下降的状态下,应当迅速改变思路,制定更合理的排产计划以及寻求新的营销路线,警惕价格竞争带来的对品牌、利润以及渠道信心的不利影响。”

Advertisement for various financial services including bank loans, credit cards, and emergency funds. Includes titles like '银行房产贷款:超额贷', '工商资质年检审批', '快速贷款', '身份证快贷', '凭身份证借款', '信用贷 息9厘 当天放', '银行低息速贷', '车房快贷', '应急用钱', '当天放款', '郑州市应急放款', '德众贷款', '便民借贷', '富智小额贷', '鑫汇工商资质'.