



和谐,一个从中原大地走向全国并成功在香港上市的汽车经销商集团,在面对兴起的中国售后市场,表现出了它足够的敏锐度和行动力。短短数月间,15家和和谐豪华汽车维修中心全国开花,不仅覆盖北上广等一线城市,而且对河南本土大本营覆盖率达到了80%。它的诞生,标志着经济技术实力雄厚的维修企业正在走向汽车产业的前台,汽车后市场的“大时代”即将来临。

近日,我们专访了这位缔造汽车经销商集团传奇的掌门人,中国和谐汽车控股有限公司总裁喻峰。用他自己的话来讲,前十年我们做到中国豪车市场经销商集团的领军企业;后十年,我们将做中国汽车后市场豪车维修的首选品牌,进而影响汽车维修行业的发展方向,冲击着传统4S店的售后维修模式。郑州晚报记者 谢宽 李汪洋



中国和谐汽车控股有限公司总裁 喻峰

他的赞誉:大售后领跑者
他的判断:汽车后市场进入战国时代的大售后、大布局、大决战
他的决心:劳斯莱斯都能修,还有什么不能修
他的愿景:做全国领先的最具品牌价值的豪华车维修集团,成为豪华车维修的首选品牌
他的座右铭:简约、阳光、和谐、博大、快乐
他的优势:依托上市公司为强大的经济后盾,依靠13家豪车品牌4S店的技术优势,改变维修市场格局
他的承诺:
一、我们会给大家带来贵宾级的接待,使您感受到更加安全、更加贴心的服务。
二、我们以上市公司的诚信向大家保证,我们一定会兑现承诺。
三、我们有雄厚的资金实力,能够满足众多高端服务需求。
四、我们有多品牌4S店技术支持,保证技术上不低于4S店品质。
五、我们的服务比4S店更加便捷。
六、我们的零配件渠道更加有保障,服务更加规范。
七、我们在全省、全国的连锁店,保证你在哪都能享受到贴心服务。
八、我们的服务价格将更加优惠,让大家得到更多的实惠。

他的想法:解决老百姓的修车难

结束中国老百姓保养需排队、维修费用昂贵的修车难

“中国人保养、修车太难了。”作为开场白,喻峰用朴实的话语道出了消费者在保养、维修过程中遇到的难题。“十年前,中国汽车市场的蓬勃发展,圆了消费者的购车梦,但殊不知漫漫长途的用车生活才刚刚开始。”他的意思很明白,买车只是一个开始,而保养、维修则是伴随着整个用车过程。

目前,中国的车辆保有量已突破1亿辆,这个数字背后是巨大的售后服务需求,但是仅仅依靠4S店保养维修并不够。喻峰说:“现在维修车辆,4S店保养维修排队而且位置偏远,浪费消费者大量的时间且价格昂贵;而路边的维修店鱼目混杂,消费者稍有不慎容易上当受骗。因此,和

谐豪华汽车维修中心的出现就奠定了市场的空间,既不同于4S店维修的不方便,又不同于路边店的随意无保证。”

正源于此,和谐豪华汽车维修中心建设之初,就是以维修各类豪华车品牌或超豪华车品牌为己任。每个店内都设有宝马、奥迪、奔驰、路虎、捷豹、保时捷、沃尔沃、进口大众等诸多专业品牌维修服务车间。

“我们的核心价值就是秉承一切从客户出发的理念,以诚信为基石,以服务为导向,用专业的技术为车主带来更多售后选择。”喻峰总结和谐承诺。

说它专业,是因为和谐本身就以13家豪车品牌4S店为强有力的技术后盾,拥有着国

内外知名豪华车维修专家团队。而且,为了不断提升维修技术水平,和谐企业内部十分强调培训机制,不仅为每一个入职的技术员工提供统一的全套维修技术培训,同时还建立维修全模式,从广度上,让每一位技术员工针对不同车型不同品牌进行练习,做到熟能生巧,掌握每个品牌豪车的技术难点和技术经验。

说它诚信,和谐是一家成功的上市公司,视品牌和质量为生命,每一个细节的成败决定了公司的走向。因此,从接车到检测、维修以及最后的交车,整个的维修全程可追溯,客户如有疑问,可通过全方位摄像视频对维修细节进行查看。

他的理念:改变市场格局

变革主机厂垄断模式,打破消费者固有理念

实际上,中国拥有着最庞大的汽车保有量,但也拥有着最贵的4S店。原因在于,在经营上4S店受到主机厂零配件、价格等条条框框限制,无形中增加了消费成本。

据喻峰分析,4S店模式来源德国,因为德国的汽车市场品牌多集中在本土生产的大众、奔驰、宝马等汽车集团旗下,故4S经营模式得以存在和发展。而中国国情似乎跟欧洲市场相比,并不符合。

“汽车售后市场还有一种以美国为代表的以品牌为纽带的连锁模式,就是定位于汽车售后市场的集汽配供应、汽车维修、快速养护为一体的汽车维修商集团。比如说美国的NAPA、AUTOZONE的配件销量占据美国汽配市场的

70%,他们旗下的汽车养护中心已超过了13000家。”

“其实,我们要做的就是中国的‘NAPA’,真正的脱离主机厂的控制。”喻峰斩钉截铁地说,目前,和谐在行业内与国际多家宝马、奔驰、保时捷等豪车或超豪华车备件供应商签订了直接的合作协议,建立长期战略合作伙伴关系。

更可喜的是,和谐汽车自2013年进军豪华与超豪华汽车维修市场,目前已于北京、上海、广州、西安、郑州、洛阳、新乡、安阳、商丘、漯河、焦作、濮阳、长垣等地开设豪华汽车维修中心,网点覆盖京津唐、长三角、珠三角等经济发达地区,至2014年底,网点将覆盖全国各主要省会城市及直辖市,形成全国连锁。

如此一来,无论从覆盖的面积,还是从价格体系的降低,势必对4S店的售后体系造成冲击。据喻峰估算,按照和谐豪华汽车维修中心零配件的渠道保养一台豪车的费用,将会比4S店降低20%。

“一直以来,由于豪车售后维修要求更高级的技术和设备,因此豪车车主不得不选择品牌4S店。这并非因为消费者对品牌4S店的忠诚度有多高,而是因为其他路边店散乱及技术水平普遍不过硬,才让那些已经尝试走出4S店维修的消费者,不得不硬着头皮又回到4S店。”喻峰显得信心满满,“打破消费者固有理念只是时间的问题,只有引入真正的竞争法则,才能真正让消费者自己选择。”

他的蓝图:塑造和谐模型

打造超级标准化实现大布局、大网络、大售后、大决战

根据喻峰的判断,汽车市场走过了销售的高峰期,进入了真正的换车、修车的汽车后市场的大时代。用他的话说:“战国纷争,群雄并起,汽车维修市场进入到了决战前夜。”

“我们不比第一个吃螃蟹的人,我们要比看谁吃得好。”喻峰谈到,“和谐的愿景就是做全国领先的最具品牌价值的豪华车维修集团,成为豪华车维修的首选品牌。因此,我们就要做出一个独有的和谐模型,一个超级标准化体系。”

也就是说,无论和谐豪华汽车维修中心开在哪里,所有的店内陈设、管理方式、硬件设施、软件服务、操作流程,必须做到标准化的统一。“就像星巴

克咖啡,无论你走到全国任何一个星巴克咖啡馆,喝都是一样的口味。和谐豪华汽车维修中心也是这样。”喻峰比喻。

在两个多小时的交谈中,喻峰多次提到了“大布局”、“大售后”的字眼。显然,在他心中的蓝图中,早早地将和谐的旗帜插遍全国。

“今年我们将加快布局节奏,2014年年底和谐豪华汽车维修中心将在全国市场达到50家。同时,我们还将建设住宅小区周围的卫星店。”喻峰坦言:“有了横向和纵向的交叉布局,才能真正实现‘大布局’的战略目标。”

当然,微观上的“大售后”

也是同样的重要。在喻峰的概念里,“大售后”就是透明化和便捷化,透明化指的是诚信,而便捷化指的就是方便。那么,怎么才能让消费者了解真正的保养、修车方便呢?

“‘大售后’的便捷主要体现在店面的规模和人文的关怀,一般来讲4S店工位20个,我们会摆到70个,再多的车辆也无需等待;而人文关怀则体现在对客户的跟踪服务、24小时道路救援、完全免费的上门服务,让客户足不出户就可保养车辆。”喻峰坦言:“在和谐的服务体系中,处处能体会到独有的特色,比如说,进厂保养的车辆我们必须出具客户告知

汽车后市场的『大』时代变局

专访『大售后领跑者』:中国和谐汽车控股有限公司总裁喻峰

书,当得到客户认可后,我们才会对告知书的涉及的问题进行一一处理。就像医院只有开具诊断书之后才能对症下药。”

除此之外,未来和谐豪华汽车维修中心的服务也将开辟互联网领域,比如说微信、APP客户端等,只要用手机登录就可解决监测、付款,真正做到了方便客户的诉求。

因为专业,所以专注;因为细致,所以贴心。和谐豪华汽车维修中心带来的不仅是专业的修车服务,更是一种高品质的生活体验。这种浓厚的企业氛围,必将让和谐豪华汽车维修中心成长壮大起来,从而被顾客认可,被社会尊重。