



2010省城车市奥斯卡评选 年度风云人物



快乐罗孚 从“心”出发

——省城车市年度风云人物之 姚键

如果说鸿发汽车是省城车市的一段传奇,那么鸿发罗孚便是这段传奇的缔造者之一——自2007年3月建店,从月销售只有几十辆的“边缘化”公司,到2010年底跃居荣威全国满意度第一、全国销量第四,揽获厂家几乎所有重量级奖项和最高荣誉的全国知名汽车经销商,鸿发罗孚三年间实现的大跨越众所瞩目。作为率领鸿发罗孚高歌猛进的灵魂人物,姚键说,他和他的团队付出了很多,也收获了很多。

□刘庆义

有思想的团队有快乐

姚键从开始接手鸿发罗孚这个团队,就一直坚持人才的培养和团队的建设。带领整个团队进行素质拓展训练,举办球类比赛、温泉之旅等各种活动,不断丰富员工的业余生活。更开展了“好意见,坏事例,好事例”等特色团队建设活动。将整个团队思想和行动活跃并统一起来,凝聚成了强大的战斗力,在企业与员工之间建设起了一座沟通和快乐的桥梁。所有员工也从内心出发,由被动变主动,把鸿发罗孚变成了自己温暖的家,与企业心连心,将快乐和激情挥洒到工作中的每一环节。姚键说:“之所以能取得今天的成绩,就是因为拥有一支既团结又有思想的团队,而只有这么一支队伍,才能充满激情地去沟通和创新,销量和品牌建设也就自然而然地提升了起来。”

会创新的团队会营销

鸿发罗孚汽车取得如此骄傲给力成绩的背后,是姚键和整个鸿发罗孚团队在辛勤的工作和创新的营销中换来的。当其他经销商都在放假休闲时,他们的员工依然奋斗在服务的最新前线;当其他经销商在店内坐等客户上门的时候,他们的销售人员早已走出去,将关怀送到消费者身边。从日常生活中一个短信和电话的问候,到婚庆市场极受欢迎荣威550的婚车队伍,这个家庭的每一位成员,都将自己的信心和激情,传递给每一个关心和支持荣威的朋友;将自己与鸿发罗孚以及荣威品牌三者的营销联系在一起,从自我营销到产品营销再到品牌营销,形成了充满温馨和特色的企业文化。姚键表示:“只有一支不断创新,充满激情和特色的队伍,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出,而创新的营销便是这个团队和企业成功的关键因素。”

有信心的团队有未来

送走了充满成绩和荣誉的2010年,这支茁壮成长队伍又迎来了充满挑战和竞争的2011年。姚键信心满满地表示:“2011年,中国车市可能会走向一个平稳发展的时代,我们鸿发罗孚有信心在新的一年里为客户提供更优质的服务,不断推出一系列有特色的活动。”姚键透露,2011年,上汽荣威将在幸福温馨的荣威350、时尚动感的550,以及高贵优雅的750基础上再推出新的产品,而鸿发罗孚也将继续秉承鸿发汽车“为家人服务,我们精益求精”的理念,用“车之家,爱无限”的企业文化温暖和感动每一位消费者,让美满幸福的生活从鸿发罗孚开始。“我相信,团结快乐的罗孚,会从心出发,在车市博弈中创造更精彩更辉煌的成绩”,从姚键温和而坚定的语气中,我们分明看到了鸿发罗孚充满希望的未来。



姓名:姚键
年龄:33岁
任职:山东鸿发罗孚汽车销售服务有限公司总经理
新年寄语:祝山东鸿发罗孚销售服务团队和所有关心与支持荣威的朋友们,新春快乐!祝大家在2011年,工作顺利,生活美满。与鸿发罗孚一起,向快乐出发!

风云战绩

鸿发罗孚汽车销售服务有限公司从2008年至今一直保持全省销量排名第一的优异成绩,并稳居省内顾客满意度评比排名首位。

2008年荣获全国最高荣誉奖项荣威五星销售服务中心,并取得年度全国销量排名第三的优异成绩;

2009年蝉联全国最高荣誉奖项荣威五星销售服务中心;并取得年度全国销量排名第五的优异成绩;

2010年三次蝉联全国最高荣誉奖项荣威五星销售服务中心;并取得年度全国销量排名第四,顾客满意度第一的优异成绩。此外,还获得了山东省消费者最满意汽车经销商、最佳市场运作奖、最佳客户热忱奖、全国优秀汽车经销商称号等多项殊荣。

车之家,爱无限!

鸿发汽车



2010省城车市奥斯卡评选 年度金牌销售顾问

姜代林



工作年限:7年
就职单位:山东银座大众汽车有限公司
销售业绩:2010年全年实现个人销量478台,成为银座上海大众4S店的销售“状元”,并荣获上海大众2010年“四钻级”销售顾问评定。
获奖感言:感谢公司为我提供了良好的工作平台,让我可以再次创造销售佳绩;感谢新老客户的支持信任,你们的认可给了我继续下去的动力。

周甲亮



工作年限:4年
就职单位:山东省吉利汽车超市
销售业绩:荣获2008、2010年度销售冠军,2010年成功销售吉利汽车350台,迄今为止个人销售业绩突破1000台。
获奖感言:感谢我的每一位客户和公司的领导、同事们,是你们的信任和鼓励,让我更热爱自己的工作。作为销售顾问,服务是我唯一的信条,只要您给我机会,我会服务到您满意为止。

林艳



工作年限:6年
就职单位:济南嘉瑞丰田汽车销售服务有限公司
销售业绩:有着丰富的汽车销售经验以及良好的客户关系。是一汽丰田认证的精英销售顾问,从2004年至今,累计销售682台汽车。目前兼任嘉瑞丰田金融专员。
获奖感言:希望我不仅能为您选择一款称心的爱车,还能和您成为互相信任的朋友。在此我谨代表嘉瑞丰田全体员工,祝广大客户朋友们工作顺利,合家欢乐!



2010省城车市奥斯卡评选 年度金牌服务之星

程金田



工作年限:8年
就职单位:山东银座天福汽车有限公司
销售业绩:曾在山东省超级技师争霸赛中取得“超级技师”称号。2010年在长安福特组织的全国金牌服务大使活动中荣获北大区冠军、全国第五名。
获奖感言:感谢广大车友的支持与厚爱!感谢齐鲁晚报、大众网和银座汽车为我提供发展平台。接下来的工作中,我要将这份感谢化为行动,努力做得更好!

李保光



工作年限:6年
就职单位:山东银座天尊汽车有限公司
销售业绩:三年的车间维修工作储备了扎实的专业知识。2010年7月至今,作为代理服务经理协助服务总监主抓客户满意度、整改车间流程工作,使得店内CSS成绩处于厂家第一档。
获奖感言:非常荣幸能获得金牌服务之星,也非常感谢支持银座汽车和支持我的朋友们,我将在今后的工作中更上一层楼。

郭电兴



工作年限:2年
就职单位:济南鲁鹰丰田汽车销售服务有限公司
销售业绩:凭借丰富的专业知识和对工作的激情认真,2010年获得丰田认证SA一级;2010年CS(客户满意度)店内第一名。
获奖感言:能获得此奖,我感到非常荣幸。在此非常感谢齐鲁晚报、大众网给我这次机会,同时感谢鲁鹰丰田对我的培养,今后我将以“专业、专注、专心”的服务理念全力以赴,为客户提供丰田高品质的服务。

专家教你 选择汽车太阳膜



如何贴到质量上乘的太阳膜成了新车主关注的焦点,因为太阳膜并不是日常消耗品,能贴到好的膜会在汽车的生命周期内一直使用。但是,不少车主对太阳膜的品质优劣都不是特别了解。加上市场上太阳膜假货、高仿货数不胜数,使得很多不懂行的车主在贴完膜后出现种种问题。

这里专家从以下几方面提醒车主,牢记鉴别方法,肯定选不到劣质膜。望,好膜清晰度高,劣质膜看上去有一种雾蒙蒙的感觉。

闻、撕开保护层后,劣质膜闻起来有一股刺鼻的味道,而高档膜采用的是环保胶,基本上没什么味道,或是一股淡淡的胶味。

摸、高档膜摸上去有厚实平滑感,劣质膜则很软很薄,缺乏足够的韧性,容易起皱。

擦、可以带一点酒精或

是汽油,擦拭一下膜的表面。劣质膜一擦很容易褪色,高档膜则不容易褪色。

测、测试膜的隔热效果,测试紫外线效果。

选择膜的时候千万别贪图便宜选择劣质膜,贴膜最怕灰尘,所以一定要选择一家技术过硬的无尘施工车间的汽车服务商。这里为车主朋友推荐个正规的专业贴膜服务商,位于市中区阳光舜城的晨春汽车服务广场,晨春经贸是美国3M太阳膜授权施工服务商,美国钛诺山东总代理,车间全部配备德国进口喷雾降尘设备,特聘3M全国贴膜大赛冠军为本店施工技师,技术堪称一流。

过年了,笔者得知晨春经贸正推出春节大礼:3M全部6折,最低贴价1380,钛诺贴膜前档赠侧后挡,全车最低贴价960,赶快去电话咨询吧!

电话:0531-82860337

15966611039

时代汽车 K1、H系列新车上市

1月9日福田汽车集团旗下品牌时代汽车新品时代K1、H2上市发布会在北京九华山庄隆重举行。福田汽车集团副总经理杨国涛先生参加了本次发布会,时代品牌总经理钟明华先生发布新车上市致辞。

时代K1系列定位于1.0-1.5吨级中高端目标市场,全新流线造型,与国际技术接轨,时尚美观;双层板结构前围,全面符合国家碰撞法规,安全可靠;功能配置齐全高档,真正实现了卡车“轿车化”。

时代H系列定位于2.5-4.0吨级中高端目标市场,造型时尚新颖,驾驶室做工细致,内饰豪华,人性化设计元素突出;底盘设计更加合理,稳定性更强,品质大幅提升。完全满足中高端目标市场客户的用车需求。

(王林)